

Elina Lampikoski

ASIAKASHALLINTA SUUNNITTELUPROSESSISSA

Visuaalinen ilme ja verkkosivut

OnnenTaidot-pienyritykselle

Opinnäytetyö

Viestinnän koulutusohjelma, digitaalinen media

Huhtikuu 2015



Tekijä/Tekijät	Tutkinto	Aika
Elina Lampikoski	Medianomi	Huhtikuu 2015
Opinnäytetyön nimi Asiakashallinta suunnitteluprosessissa Visuaalinen ilme ja verkkosivut OnnenTaidot-pienyritykselle		36 sivua 24 liitesivua
Toimeksiantaja OnnenTaidot		
Ohjaaja Sarah-Jane Leavey		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa verkkosivut, visuaalinen ilme sekä logo OnnenTaidot- pienyritykselle. OnnenTaidot on Mia-Marja Laitisen perustama kotkalainen yhden hengen yritys, joka tuottaa elämäntaito- ja työhyvinvointivalmennuksen palveluita. Yrityksen verkkosivut sekä visuaalinen ilme rakennettiin siten, että asiakas pystyi hallinnoimaan niitä itsenäisesti ilman ulkopuolisen ylläpitäjän palkkaamista. Verkkosivujen alustaksi valittiin siksi WordPress-sisällönhallintajärjestelmällä ja asiakas koulutettiin käyttämään sitä. Lisäksi hän sai kaikki tarvittavat käyttöohjeet kirjallisina.</p> <p>Suunnitteluprosessissa lähtökohtana oli työskennellä yhteistyössä asiakkaan kanssa. Opinnäytetyössä pohdittiin suunnittelijan roolia projektin- ja asiakashallinnassa sekä kuinka suunnittelija voisi toiminnallaan sujuvoittaa suunnitteluprosessia sekä parantaa asiakasviestintää. Asiakaslähtöinen lähestymistapa sopi projektiin, koska OnnenTaidot perustettiin vasta projektin aikana alkuvuodesta 2014. Uuden yrityksen kohdalla suunnittelutyötä ei voi pohjata olemassa oleviin materiaaleihin vaan asiakas on ensisijainen tiedonlähde. Siksi asiakasyhteistyön merkitys korostui entisestään.</p> <p>Projektin haasteiksi muodostuivat pieni budjetti, suunnittelijan kokemattomuus ja asiakkaan kiireisyys. Suunnitteluprosessissa tuli viivytyksiä ja muutoksia, mutta haasteista huolimatta projekti saatiin toteutettua loppuun asti ja asiakas oli tyytyväinen lopputulokseen. Yhteistyö asiakkaan kanssa sujui hyvin ja kokemus kannustaa jatkossakin osallistamaan asiakasta enemmän suunnitteluprosessiin parempien lopputulotteiden luomiseksi.</p>		
Asiasanat projektinhallinta, asiakaslähtöisyys, asiakashallinta, WWW-sivut		

Author (authors) Elina Lampikoski	Degree Bachelor of Culture and Arts	Time April 2015
Thesis Title Client Management in Design Process Creating a Website and Visual Look for OnnenTaidot Small Business		36 pages 24 pages of appendices
Commissioned by OnnenTaidot		
Supervisor Sarah-Jane Leavey, Lecturer		
Abstract <p>The objective of this bachelor's thesis was to design and implement a website, visual look and a logo for OnnenTaidot company. OnnenTaidot is a small business located in Kotka and founded by Mia-Marja Laitinen. It provides life coaching and work welfare services. The websites and visual look were built to make it possible for the client to maintain them by herself without hiring a third party administrator. To achieve that the websites were built using a WordPress content management system and the client was taught to use it. In addition she was given all the necessary instruction manuals.</p> <p>The basis of the project was to co-operate with the client through the whole design process. This thesis pondered a designer's role in project and client management and discussed how by his activities a designer could streamline the design process and improve communication with a client. Client-oriented approach was appropriate in this case since OnnenTaidot was founded in the beginning of the year 2014. When a company is just founded it's not possible to base a design on the existing materials and the client becomes the designer's primary information source. This made the co-operative approach more important.</p> <p>Small budget, inexperience of the designer and the client's busy schedule turned out to be challenges to the project. Some delays and changes occurred during the process but despite that the project was successfully completed and the client was satisfied with the result. Co-operating with the client was a success and the experience encourages to continue involving clients into the design process in order to create better products in the future.</p>		
Keywords project management, client oriented approach, client management, website		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
2	ASIAKASHALLINTA LUOVALLA ALALLA.....	6
2.1	Hankala asiakas?	6
2.2	Suunnittelijan rooli asiakkaan ohjauksessa	7
2.3	Asiakkaan osallistaminen suunnitteluprosessiin	9
3	SUUNNITTELUPROSESSIN ALOITUS	11
3.1	Projektin aloitus ja tavoitteiden asettaminen	11
3.2	Kilpailija-analyysi tarpeiden määrittämisen apuna	13
3.3	Logo visuaalisen ilmeen perustana.....	17
3.4	Verkkosivujen layout.....	20
4	ITSEPÄIVITETTÄVIEN VERKKOSIVUJEN RAKENTAMINEN	23
4.1	Itsepäivitettävät verkkosivut	23
4.2	Multisite-ominaisuus blogia varten.....	26
4.3	Testaus ja muutostarpeet	27
5	TYÖN LUOVUTUS ASIAKKAALLE	29
5.1	Verkkosivukoulutus ja päivitysohjeisto	29
5.2	Visuaalisen ilmeen ylläpito.....	30
5.3	Projektin päätyminen	31
6	POHDINTA	32
	LÄHTEET	35
	LIITTEET	
	Liite 1. OnnenTaitojen verkkosivujen päivitysohjeisto	
	Liite 2. OnnenTaitojen graafinen ohjeisto	

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni on Kymenlaakson ammattikorkeakoulun kautta saatu asiakasprojekti OnnenTaidot-pienyritykselle. OnnenTaidot on Mia-Marja Laitisen keväällä 2014 perustama kotkalainen yhden hengen yritys, joka tuottaa elämönhallintataito- ja työhyvinvointivalmennuksen palveluita. Projektiin sisältyi aluksi yrityksen verkkosivujen suunnittelu ja toteutus, mutta koska projektiin ei saatu graafista suunnittelijaa, työnkuvani laajeni visuaalisen ilmeen sekä logon suunnitteluun ja toteutukseen.

Asiakkaan toiveesta yrityksen verkkosivut sekä visuaalinen ilme rakennettiin siten, että hän pystyy helposti ylläpitämään niitä itsenäisesti. Sen vuoksi työ sisälsi myös koulutuksen verkkosivujen päivitykseen ja visuaalisen ilmeen ylläpitoon. Koulutukseen kuului lähiopetusta ja asiakas sai lisäksi kirjalliset ohjeistot helpottamaan ylläpitotyötä tulevaisuudessa. Verkkosivujen rakentamisen aikana projektiin tuli lisänä blogin luominen, mutta sitä ei toistaiseksi ole julkaistu. Siksi opinnäytetyössä käsittelen blogia pelkästään siltä osin, mitä se vaikutti verkkosivujen rakennukseen.

Suunnitteluprosessissa lähtökohtana oli työskennellä yhteistyössä asiakkaan kanssa logon, yritysilmeen ja verkkosivujen designin luomiseksi asiakashallinnan näkökulmasta. Tämä oli itselleni uusi lähestymistapa suunnittelutyöhön ja tavoitteenani oli löytää keinoja suunnitteluprosessin ja asiakasviestinnän sujuvoittamiseen pohtimalla suunnittelijan roolia projektinhallinnassa ja asiakashallinnassa. Sen vuoksi suunnitteluprosessin vaiheiden ja designpäätösten kuvauksessa keskityn enemmän asiakashallinnan ja -lähtöisyyden kannalta merkittäviin tilanteisiin kuin varsinaisen designin tai verkkosivujen koodin luomisen yksityiskohtiin. Asiakslähtöinen suunnitteluprosessi tuntui sopivalta lähestymistavalta OnnenTaitojen kohdalla, koska yritys perustettiin vasta projektin aikana. Uuden yrityksen kohdalla suunnittelutyötä ei voi pohjata olemassa oleviin materiaaleihin, mikä korosti yhteistyön merkitystä entisestään.

Projektin haasteina oli muun muassa pieni budjetti eli vain välttämättömään, kuten verkkosivujen domainiin, oli mahdollista sijoittaa. Lisäksi yrityksen perustaminen piti asiakkaan kiireisenä ja rajoitti hänen mahdollisuuksiaan osallistua suunnitteluprosessiin. Tämä myös viivästytti verkkosivujen suunniteltua julkaisua hieman. Omalta kohdaltani haasteita aiheutti se, että olin ensimmäistä kertaa suunnittelemassa visuaalista ilmettä ja responsiivisia verkkosivuja.

Lisäksi verkkosivujen suunnittelussa piti koko prosessin läpi huomioida se, että päivitykset tuli pystyä tekemään ilman koodausosaamista.

Vaikka tavoitteena oli saada verkkosivut suunniteltua ja rakennettua ilman myöhempien vaiheiden muutoksia, niitä jouduttiin korjaamaan alkuperäis-suunnitelmasta pariin kertaan vielä koodausvaiheen jälkeenkin. Viivästymiset ja muutokset olivat todennäköisesti seurausta sekä omasta kokemattomuudesta että asiakkaan kiireisyydestä. Haasteista huolimatta projekti saatiin toteutettua ja asiakas oli tyytyväinen lopputuloksena syntyneisiin verkkosivuihin, visuaaliseen ilmeeseen ja logoon.

2 ASIAKASHALLINTA LUOVALLA ALALLA

2.1 Hankala asiakas?

Kaikki verkkosivusuunnittelijat valitettavasti tietävät suunnitteluprosessin etenevän usein niin, että ensin asiakas tulee suunnittelijan luo erikoisen vaatimuslistan kanssa ja suunnittelija alkaa työstää designia sivuille. Lukuisien iterointi- eli muutoskierrosten jälkeen asiakas lopulta hyväksyy designin, mutta ennen julkaisua esittää vielä viimehetken muutostoiveita. Maksu työstä tulee neuvotteluidenkin jälkeen viiveellä ja yleensä alihintaan. Prosessi jättää jälkeensä turhautuneen ja väsyneen suunnittelijan. (Mirza 2012.) Asiakkaan hankalan käytöksen syitä kannattaa kuitenkin pohtia, sillä joskus suunnittelija voi löytää itsensä niistä.

Suunnittelijan oma kokemattomuus tai jopa välinpitämättömyys voi heijastua asiakkaan hankalana käytöksenä. Monet verkkosivusuunnittelijat menevät äärimmäisyyksiin asiakkaidensa miellyttämisessä ja antavat heille periksi jokaisen päähänpiston kohdalla tehden sivuille loputtomia muutoksia, joita ei aikaisemmissa keskusteluissa edes mainittu. Nämä suunnittelijat kokevat usein tulensa petetyiksi ja näkevät asiakkaansa ylemmyyskompleksia potevina luovan työn häiritsijöinä. (Mirza 2012.) Muutaman huonon asiakaskokemuksen jälkeen suunnittelijat jättävät asiakkaan pois suunnitteluprosessista ja rajoittavat iterointien määrää, jottei muokkausvaatimuksista syntyisi loputonta noi-

dankehää. Tämä voi pahentaa ongelmaa, koska jokaisesta iteroinnista tulee asiakkaalle yhä tärkeämpi ja tarve puuttua designiin kasvaa. (Boag 2014.)

Suunnittelijan pitäisi huomioida verkkosivujen loppukäyttäjien lisäksi omankin asiakkaansa tarpeet ja eläytyä hänen tilanteeseensa (Smashing Magazine 2011, 107). Asiakkaan iterointivaatimusten taustalla on monesti hänen oma kykenemättömyytensä tuoda ajatuksiaan esille ymmärrettävästi. Hän saattaa myös haluta jättää oman jälkensä designiin. Käytöopsykologisesta näkökulmasta tarkasteltuna on selvää, miksi designiin puuttuminen on asiakkaalle tärkeää. Hänellä saattaa olla panoksena työpaikkansa tai maineensa yrityksessä. Ehkä hän vain haluaa saavuttaa hallinnantunteen vieraassa tilanteessa. Epävarmuus designpäästösten suhteen voi johtaa suunnittelijan työn kyseenalaistamiseen. Siksi asiakkaan sulkeminen suunnitteluprosessin ulkopuolelle yleensä vain hankaloittaa työskentelyä. (Boag 2014.)

Asiakas voi yrittää puuttua designiin silloinkin, kun suunnittelija ei ole onnistunut perustelemaan ehdotuksiaan hänelle ymmärrettävästi. Vaikka suunnittelija kuvittelee selittäneensä asiat hyvin, asiakas ei välttämättä ymmärrä niitä samalla tavalla. Pahimmillaan asiakas voi hermostua ja luulla suunnittelijan yrittävän huijata häntä ostamaan jotain, mitä hän ei oikeasti tarvitse. Keskusteleminen on tärkeä osa projektinhallintaa, joten siihen kannattaa panostaa väärinkäsitysten ehkäisemiseksi. (Smashing Magazine 2011, 104, 106-107.)

Asiakkaat ovat verkkosivusuunnittelu-alan ydin (Mirza 2012). Asiakasviestintään ja -hallintaan ei siksi voi suhtautua välinpitämättömästi. Suunnittelijan tulisi ottaa vastuu projektin vetämisestä heti alussa ja kyetä ohjaamaan asiakasta, jotta ristiriidoilta vältyttäisiin. Suuri osa asiakkaista ei käyttäydy hankalasti ja yritä komennella suunnittelijaa jos he uskovat hänen ymmärtävän projektia (Mirza 2012). Siksi suunnittelijan kannattaisi ammattitaitonsa kehittämiseksi ajoittain pohtia työskentelytapojensa toimivuutta suunnitteluprosessissa. On pelottavan helppoa syyttää asiakasta kaikista ongelmista.

2.2 Suunnittelijan rooli asiakkaan ohjauksessa

Asiakaspalvelualoilla yksi päähaasteista on oppia onnistuneesti hallitsemaan asiakassuhteita (Mirza 2012). Asiakashallinnalla tarkoitetaan käytäntöjä ja strategioita, joiden avulla pyritään parantamaan kanssakäymistä asiakkaiden

kanssa (Ehrens 2014). Hyvän asiakassuhteen ylläpito ja laatu riippuvat pitkälti siitä, kuinka hyvin verkkosivusuunnittelija onnistuu valistamaan asiakasta suunnitteluprosessin luonteesta ja vaiheista. Muutoin projektiin kohdistuneet epärealistiset odotukset voivat aiheuttaa ongelmia ja ärsytystä molemmissa osapuolissa. (Mirza 2012.) Kyse onkin ennen kaikkea suunnittelija kyvyistä ohjata asiakkaan odotuksia suunnitteluprosessin suhteen (Scranton 2013).

Yhteisten sääntöjen selvittäminen asiakkaalle minimoi ongelmia suunnitteluprosessin myöhemmissä vaiheissa ja tekee yhteistyöstä miellyttävämpää. Säännöt tulisi sisällyttää sopimukseen ja käydä ennen projektin alkua yhdessä asiakkaan kanssa läpi, jotta varmistetaan hänen ymmärtävän – ja lukevan – ne. Suuri osa suunnittelijoista ylenkatsoo sopimuksen arvon vaikka se voisi olla asiakashallinnan tärkein väline. Sopimuksen sisällön tulisi määräytyä sen mukaan, mistä asioista asiakasta halutaan muistuttaa. Hyvin kirjoitettu sopimus kertoo asiakkaalle suunnittelijan vaatimuksista esimerkiksi palautteen, kohtuullisten työaikojen, lisenssien, projektin tavoitteiden, budjetin, ylityökorvausten ja muiden maksujen suhteen. Ongelmatilanteissa voidaan aina palata sopimukseen. (Mirza 2012.)

Asiakkaiden valinnassa kannattaa olla tarkkana. Suunnittelija palkataan projektiin asiantuntijaksi eikä alaiseksi, jota asiakas luulee voivansa neuvoa kaikessa. (Airey 2010, 42.) Ei muitakaan alansa ammattilaisia yleensä mennä neuvomaan työssään. Siksi ensimmäinen askel kohti kunnioittavan työsuhteen luomista on selvittää asiakkaalle, että suunnittelija on luova ammattilainen ja asiantuntija alallaan, kuten asiakaskin on omallaan. Suunnittelijan asema on siten designprosessissa tasavertainen asiakkaan kanssa. Suunnittelijan on hyvä osoittaa asiantuntijuutensa projektissa perustelemalla mielipiteitään käytännönesimerkeillä ja näyttämällä mahdollisia tutkimustuloksia aiheesta. Myös käytös kielii asiantuntijuudesta – esimerkiksi täsmällisyys ja järjestelmällisyys auttavat asiakasta ottamaan suunnittelijan vakavasti. (Mirza 2012.)

Puutteellinen kommunikaatio voi tuhota koko projektin, sillä suunnittelija ei pysty lukemaan asiakkaan ajatuksia. Asiakkaalle pitää selittää, että osallistuminen ja palautteen antaminen suunnitteluprosessin joka vaiheessa ovat edellytyksiä projektin onnistumiselle. Tyypillisesti asiakas on hyvin osallistuva projektin alussa, mutta alkaa etääntyä sen puolivälissä ja lopulta ilmestyy suunnit-

telijan luo muutosvaatimusten kanssa. (Mirza 2012.) Asiakkaan pitää tietää oma vastuunsa kommunikaation ylläpidossa, jotta suunniteltava tuote voisi oikeasti vastata hänen tarpeisiinsa.

Yksi asiakkaiden pahimmista tavoista ovat viimehetken muutokset. Asiakkaalle muutoksen tekeminen tuntuu pieneltä asialta, koska hän ei ymmärrä sen tuottaman lisätyön määrää. Suunnittelijan tulee tehdä selväksi, ettei ole olemassa pieniä muutoksia ja siksi päätösten pitäisi olla lopullisia ennen varsinaisen tuotteen julkaisua. Sopimuksessa kannattaisi olla ehdot ylimääräisten muokkauksien hinnoittelusta, jotta asiakas ymmärtää päätösten sitovuuden. (Mirza 2012.)

Kaikki asiakkaat haluavat sivustonsa tehdyksi niin nopeasti kuin mahdollista, joten suunnittelijan haasteena on asettaa ja selittää projektin aikataulutus työvaiheineen asiakkaalle. Aikatauluun kannattaa jättää reilusti liikkumavaraa, koska aina voi tulla ennakoimattomia tilanteita. Viivästynyt työ turhauttaa asiakasta, mutta sovittua aikataulua nopeampi edistyminen yllättää aina positiivisesti. (Mirza 2012.)

Kun asiakkaalle selitetään, mitä seuraavaksi tapahtuu ja miksi, voidaan ennaltaehkäistä odottamattomia yllätyksiä kummankin osapuolen kohdalla. On myös hyvä selvittää asiakkaalle, mitä projektin jälkeen tapahtuu ja mitä mahdollisiin jälkitoimenpiteisiin vaaditaan. Asiakkaalle pitää esimerkiksi kertoa, että hänen vastuunsa verkkosivujen huoltamisesta ja uuden sisällön laatimisesta jatkuu sivuston julkaisun jälkeenkin, jotta sivustolle asetetut tavoitteet täyttyisivät (Smashing Magazine 2011, 107).

2.3 Asiakkaan osallistaminen suunnitteluprosessiin

Designin tuottaminen yhteistyössä asiakkaan kanssa on vartenotettava työmenetelmä vaikka se saattaa herättää epäilyksiä suunnitteluprosessin sujuvuudesta (Boag, 2014). Asiakkaan osallistaminen suunnittelutyöhön mahdollistaa hänen huomionsa kiinnittämisen haluttuihin designin osa-alueisiin ja sitouttamisen tehtyihin päätöksiin. Näin pienennetään todennäköisyyttä siihen, että asiakas myöhemmin ilmestyisi ison muutoslistan kanssa suunnittelijan luo. (Hay 2013, 158.) Jos asiakas on saanut olla mukana suunnitteluprosessissa, hän ei vain murehdi vähemmän sen onnistumista vaan myös kokee de-

signin omakseen eikä hylkää sitä helposti. Yhteistyöllä saadaan asiakkaalle kaivattua hallinnantunnetta sekä muutetaan hänen roolinsa kriitikosta suunnitteluryhmän jäseneksi. (Boag 2014.)

Käytännössä yhteistyö ei tarkoita sitä, että asiakas istuisi kokoajan suunnittelijan vieressä tai että suunnittelija jäisi pelkäksi asiakkaan luoman designin toteuttajaksi (Boag 2014). Suunnittelijan kannattaa tietoisesti osallistaa asiakasta suunnitteluprosessiin alusta alkaen parantaakseen projektin sujuvuutta ja sille asetettujen tavoitteiden täyttymistä. Asiakastapaamisten aikana voidaan esimerkiksi tehdä yhdessä tunnetauluja ja rakennesuunnitelmia, joilla saadaan visualisoitua ajatuksia. (Boag 2014.)

Kun yhteistyö aloitetaan jo luonnosten ja rautalankamallien esittelystä, asiakas voi ottaa niihin kantaa heti suunnitteluprosessin alkumetreillä (Smashing Magazine 2011, 105). Alustavien ideoiden esittelyn tarkoitus onkin saada asiakas miettimään sivujensa sisältöä sekä antamaan palautetta mahdollisimman varhaisessa vaiheessa, jotta suunnittelija tietää olevansa oikeilla jäljillä designin suhteen (Hay 2013, 49, 158). Pelkän viimeistellyn designin näyttämisessä on aina riski, että asiakas ei pidäkään siitä ja silloin työaikaa on mennyt paljon hukkaan (Smashing Magazine 2011, 105). Osallistuva asiakas kiinnittää enemmän huomiota designiin jo prosessin alussa, minkä vuoksi ongelmakohtatkin paikannetaan varhain. Tämä pienentää työtuntien ja iterointien määrää. Ulkopuolelle jätetty asiakas saa monesti ideoita vasta prosessin lopussa, koska ei ole käyttänyt tarpeeksi aikaa designiin perehtymiseen. (Boag 2014.)

Epäkäytännöllisten ratkaisujen torjunnassa auttaa myös se, että asiakasta pyydetään laatimaan toivelista tulevaisuuden tarpeista. Samalla mahdollistetaan suunniteltavien verkkosivujen jatkokehitys. (Boag 2014.) Verkkosivujen tulisi pystyä kehittymään yrityksen mukana, sillä digitaalinen maailma on jatkuvassa muutoksessa (Murtagh 2013, 9).

Asiakkaan kanssa kannattaa jutella tulevien verkkosivujen estetiikasta ja rakenteesta erityisesti hänen asiakkaidensa näkökulmasta, jotta vältetään toteuttamasta verkkosivuja vain asiakkaan henkilökohtaisten mieltymysten pohjalta. Toinen hyvä näkökulmakysymys on, millaisen kuvan asiakas haluaa yrityksensä antavan itsestään. Näin suunnittelija tarjoaa asiakkaalle uusia näkökulmia sekä saa tämän tuntemaan designin omakseen. (Boag 2014.)

Vastuu projektiin sitoutumisesta ja suunniteltavan tuotteen onnistumisesta jakautuu molemmille osapuolille vaikka suunnittelija onkin vetovastuussa projektista. Projektin alussa pitää tehdä työnjako selväksi, jotta asiakas tietää suunnittelijan osuuden lisäksi omankin osuutensa (Unger & Chandler 2009, 47). Asiakas ei voi odottaa 100-prosenttista tulosta jos hän on valmis tekemään vain 20- 30 prosenttia. Asiakkaalla tulisi myös olla visio verkkosivujensa suhteen jo ennen suunnittelijan luo menemistä, jotta verkkosivut olisivat yrityksen toimintastrategioiden mukaiset. (Murtagh 2013, 8, 10-12, 20.) Ajatuksenkin kanssa tapahtunut valmistautuminen kertoo asiakkaan olevan kiinnostunut projektista.

Puutteellinen kommunikointi johtaa suurella todennäköisyydellä siihen, että projektin lopputulos ei vastaa niihin tarpeisiin, joita asiakkaalla oli projektin alussa. Näin voi käydä myös silloin, kun suunnittelija toteuttaa sokeasti muutostoiveet designiin kysymättä asiakkaalta syitä näiden toiveiden takana. (Smashing Magazine 2011, 106-107.) Joskus taas projektin epäonnistumisen syynä ei ole suunnittelijan kyvyttömyys vastata asiakkaan tarpeisiin vaan asiakkaan kyvyttömyys kertoa mitä vaaditaan menetyksen realisointiin hänen alallaan (Murtagh 2013, 8). Suunnittelijan olisi tärkeä saada asiakas puhumaan designissa esiintyvistä ongelmista. Kun asiakas kykenee määrittelemään ongelmakohdat, suunnittelijan on mahdollista ehdottaa ratkaisuja niihin. Näin suunnittelija myös pystyy ohjaamaan suunnitteluprosessia yhteistyön keinoin. (Boag 2014.)

3 SUUNNITTELUPROSESSIN ALOITUS

3.1 Projektin aloitus ja tavoitteiden asettaminen

Sain tammikuussa 2014 opettaja Suvi Pylväseltä sähköpostitse tiedon, että hyvinvointialan yritys etsi opiskelijaa tekemään yritykselle verkkosivut. Lisäksi etsittiin graafista suunnittelijaa suunnittelemaan yritykselle logo. Ilmoitin olevani kiinnostunut verkkosivujen rakentamisesta ja aloitimme yhteistyön asiakkaani, Mia-Marja Laitisen kanssa. KyAMKin puolelta Pylväsestä tuli ohjaajani projektissa.

Projektia voi lähestyä monella tavalla, mutta lähes aina käydään läpi samat vaiheet, joihin kuuluvat suunnittelu, määrittely, designin luominen, kehittäminen, käyttöönotto ja jatkokehitys (Unger ym. 2009, 62-63). Aivan ensimmäiseksi tarvitaan kuitenkin mahdollisimman paljon tietoa asiakkaasta ja tämän toimialasta (Airey 2010, 44; Unger ym. 2009, 72). Aloitin OnnenTaitojen kohdalla tiedonkeruun haastatteleamalla Laitista puhelimitse. Tavoitteena oli saada yleiskäsitys Laitisen yrityksestä, sen toimialasta sekä tutustua häneen.

Ensimmäisten kysymysten joukkoon kuuluvat aina perustiedot yrityksestä eli sen nimi, sijainti, toimintavuodet, henkilökunnan määrä, tuotteet, palvelut, yrityksen kohtaamat haasteet ja kilpailijat. (Airey 2010, 44.) Laitinen kertoi yrityksensä perustamisen olevan käynnissä ja sen alustava nimi oli OnnenAvain. Viralliseksi nimeksi kuitenkin vahvistui myöhemmin OnnenTaitot. Kyseessä oli kotkalainen yhden hengen yritys, jolla ei ainakaan aluksi olisi fyysisiä toimitiloja. Toiminta-ajatuksena oli tuottaa hyvinvointivalmennusta ja -kurseja esimerkiksi yksityisasiakkaan kotona tai yritysasiakkaan toimitiloissa, joten hän matkustaisi työssään paljon. Pääasialliseen kohderyhmään kuuluivat työikäiset aikuiset. Pienyrityksen perustaminen itsessään oli jo haaste, koska näkyvyyttä ei vielä ollut. Kilpailijoita käsitelimme vasta ensimmäisessä tapaamisessa, jonka ajankohdan sovimme puhelun lopuksi.

Perustietojen keräämisen ja asiakkaan toimialaan tutustumisen jälkeen hänen kanssaan keskustellaan yritysilmeen luomisen syistä ja odotuksiin suunnitteluprosessin sekä lopputuotoksen suhteen (Airey 2010, 42-43). Ensimmäisen tapaamisen aikana tarkentui, että Laitinen toivoi projektilta selkeää visuaalista ilmettä yritykselleen ja helppokäyttöisiä verkkosivuja, joita hän voisi itse päivittää. Yrityksellä ei ollut olemassa vielä visuaalista identiteettiä eikä verkkosivuja, joten niiden luominen oli tärkeää asiakkaiden tavoittamiseksi ja ammattimaisen kuvan luomiseksi. Keskustelun aikana ilmeni, ettei Laitinen ollut saanut projektiin graafista suunnittelijaa, joten tarjouduin verkkosivujen ulkoasun ohella myös suunnittelemaan OnnenTaitojen logon. Alun perin Laitinen oli suunnitellut huhti-toukokuuta projektin päättymisajankohdaksi. Projektia päätettiin myöhemmin jatkaa vielä vuoden 2014 joulukuuhun, koska siitä tuli opinnäytetyöni ja asiakas toivoi väljempää aikataulua julkaisuun. Projektin jatkumisen vuoksi sain kesän 2014 jälkeen uudeksi ohjaajakseni opettaja Sarah-Jane Leaveyn.

Suunnitteluprosessista keskustelemisen aloitin kertomalla vähän itsestäni, työskentelytavoistani ja arvoistani suunnittelijana, jotta Laitisen olisi helpompi ymmärtää minunkin lähtökohtani ja tavoitteeni projektin suhteen. Siirryin sitten itse prosessin kuvaamiseen kertomalla, että aloittaisimme määrittelemällä verkkosivuille tarvittavat ominaisuudet yhdessä. Sen jälkeen tekisin verkkosivujen rakenteesta muutaman rautalankamallin hänelle nähtäväksi. Kun rakenne oli hiottua sopivaksi, voisimme siirtyä ulkoasun suunnitteluun. Laitisen kannattaisi alkaa miettimään verkkosivujensa sisältöä jo nyt, jotta verkkosivuille tarvittavat ominaisuudet olisi helpompi valita. Asiakkaan mielestä prosessinkulku kuulosti selkeältä ja hän oli innoissaan yhteistyön aloittamisesta.

3.2 Kilpailija-analyysi tarpeiden määrittämisen apuna

Visuaalinen ilme ei ole yhtä kattava määritelmä yrityksen identiteetille kuin brändi, mutta tausta-ajatus on molemmissa sama. Brändin tarkoitus on muodostaa tunneyhteys kuluttajiin, tulla heille korvaamattomaksi ja luoda elinikäisiä suhteita heihin (Airey 2010, 8, 21; Wheeler 2013, 2). Brändi viestii kuluttajalle tuotteen tai palvelun laadusta ja vakuuttaa hänet tekemästään valinnasta sekä samaistaa hänet brändiin tunnusomaisten kuvamaailmojen, kielen ja assosiaatioiden kautta. Brändäys on prosessi, jossa rakennetaan tietoisuutta ja pidemmälle ulottuvaa asiakasuskollisuutta (Tidwell 2011, 478-479; Wheeler 2013, 2, 6).

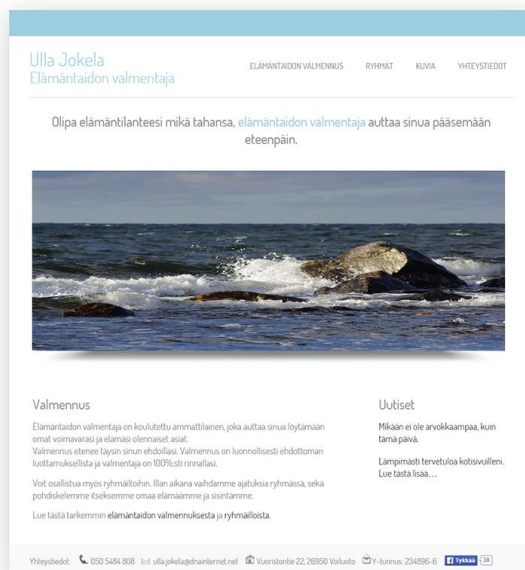
Suunnitteluprosessin alussa asiakkaalta kannattaa kysyä, millaisia sanoja hän haluaisi asiakkaiden yhdistävän yritykseensä, sillä vastaukset ovat antavat suuntaa designin luomiselle (Airey, 47). Laitinen halusi asiakkaiden yhdistävän yritykseensä sanat ammattitaitoinen, lämminhenkinen ja osaava. Toivottuja piirteitä verkkosivuille ulkoasuineen olivat selkeys, keveys, ilmavuus, houkuttelevuus, helppokäyttöisyys, ytimekkyys, valoisuus ja raikkaus. Seuraavaksi aloimme miettiä, millaisilla keinoilla nämä voisi konkretisoida visuaalisessa ilmeessä.

Projektitapaamisista saa parhaan hyödyn irti, kun sisältö ja käsiteltävät asiat suunnitellaan etukäteen (Unger ym. 2009, 78). Olin valmistautunut ensimmäisessä tapaamisessa tutkimaan Laitisen kanssa OnnenTaitojen kilpailijoiden verkkosivuja. Kilpailijoiden tuotteiden käytettävyyden analysoiminen on hyvä

tapa asettua palveluiden käyttäjien asemaan ja soveltaa tätä kautta saatua tietoa omiin tuotteisiin ja niiden erottuvuusmahdollisuuksia markkinoilla (Martin & Hanington 2012, 36). Tarkoituksenani oli konkreettisin esimerkein kertoa Laitiselle verkkosivujen designin merkityksestä sekä herättää hänessä ideoita omien sivujensa suhteen. Tutkittaviksi sivustoiksi valikoituivat Life Coach Anu Berangerin (kuva 1) ja Elämäntaidon valmentaja Ulla Jokelan (kuva 2) verkkosivut, koska ne vaikuttivat huolitelluilta ja toimivilta.



Kuva 1. Life Coach Anu Berangerin verkkosivujen etusivu.



Kuva 2. Elämäntaidon valmentaja Ulla Jokelan etusivu.

Käytettävyys on itseasiassa suunnittelun keskeinen tavoite, sillä se rakentuu tehokkuuden ja helppokäyttöisyyden lisäksi tarkoituksenmukaisuudesta (Väänänen-Vainio-Mattila 2011, 103). Suunnitteluprosessissa tietoisilla valinnoilla voidaan vaikuttaa paljon käyttäjien kokemukseen paitsi käyttöliittymästä, myös brändistä. (Tidwell 2011, 488.) Tutkimuksissa on todettu ihmisten luottavan enemmän huoliteltuihin, ammattimaisesti suunniteltuihin verkkosivuihin. Verkkosivujen positiivinen vaikutelma itseasiassa saa käyttäjän antamaan anteeksi mahdolliset pienet käyttöongelmat. Siksi käyttöliittymistä tulee käytettävämpiä kun ihmiset nauttivat niiden käytöstä. (Tidwell 2011, 477.)

Hyvä design on yhtenäinen ja sen elementit tukevat toisiaan (Tidwell 2011, 495). Esimerkiksi Life Coach Anu Berangerin verkkosivuilla oli selkeä meriteema, joka ulottui kuvamaailmasta fonttivalintoihin. Sivujen rakenne ja navigaatio olivat selkeitä, joten etsimänsä löysi helposti. Kerroin Laitiselle, että uskottava vaikutelma syntyi näillä sivuilla juuri harkitusta, yhtenäisestä ulkoasusta ja käyttöliittymän selkeydestä.

Typografian valinnassa on otettava ensisijaisesti huomioon luettavuus (Tidwell 2011, 490). Berangerin sivujen ongelmista huomiota herätti otsikoissa ja linkeissä käytetyn fontin vaikealukuisuus. Jokelan verkkosivulla taas fonttivalinta oli ulkoasultaan yksinkertaisempi, mutta helposti luettava. Laitinen kertoi pitävänsä enemmän yksinkertaisuudesta eikä kovinkaan koristeellisista elementeistä.

Ilmavan, rauhallinen ja kevyt vaikutelma syntyy vaaleista sävyistä sekä elementtien väljyydestä (Tidwell 2011, 492). Jokelan sivut olivat hyvin pelkistetyt ja niiden keveys viehätti Laitista. Aloimme puhua OnnenTaitojen sivuston värimaailmasta, koska sekä Jokelan että Berangerinkin sivuilla vaaleaan värimaailmaan oli yhdistetty sinistä. Hän kertoi miettineensä keväisiä värejä kuten vihreää. Minusta vihreä tuntui hyvältä vaihtoehdolta, koska se erottui kilpailijoiden valitsemasta sinisestä ollen kuitenkin raikas ja alalle sopiva. Punainen, vaaleanpunainen ja musta eivät taas olleet Laitisen mielestä OnnenTaidoille sopivia värejä.

Kuvien tehtävänä designissa on tuoda tunnelmaa (Tidwell 2011, 494). Berangerin ja Jokelan sivustojen rauhallinen, merihenkinen kuvamaailma herätti keskustelua OnnenTaitojen tavoitellusta kuvamaailmasta. Laitisesta OnnenTaitojenkin kuvat voisivat olla luontoaiheisia. Hän kertoi tuntevansa valoku-

vaajan, joka voisi toteuttaa kuvaukset verkkosivuja varten myöhemmin keväällä. Päätimme palata kuvamaailmaan tarkemmin, kun suunnitteluprosessi olisi pidemmällä.

Jokelan sivuilla sisällön määrä oli pidetty harkittuna ja tekstiä ei ollut paljoakaan. Puhuimme Laitisen kanssa hänen mielteistään sivujensa rakenteen suhteen. Jokaiselle palvelulle oman sivun rakentaminen tuntui hänestä mielekkäämmältä kuin yksi yhtenäinen koostesivu. Palveluita tulisi kuulemma olemaan neljästä kuuteen kappaletta, joten omien sivujen toteuttaminen tuntui minustakin vielä ihan realistiselta toteuttaa.

Laitinen piti sosiaalisen median linkkien näkymistä verkkosivuilla tärkeänä ja hän toivoikin sivuilleen samankaltaisia sosiaalisen median kuvakkeita kuin Berangerin sivuilla oli. Näiden lisäksi hän toivoi Facebookin tykkää-nappulaa sivujen yhteyteen, kuten Jokelankin sivuilla oli tehty. Yhteydenottolomakkeenkin mahdollisuus alkoi kiinnostaa Laitista, kun näimme molempien kilpailijoiden sivulla sellaisia ja hän toivoi OnnenTaitojen sivulle samanlaista ominaisuutta.

Mobiililaitteiden käyttö on lisääntynyt merkittävästi viimevuosien aikana (Kadlec 2013, 4). Kumpikaan tutkimistamme kilpailijoiden sivuista ei ollut responsiivisia eli näyttökokoon mukautuvia, mikä oli minusta suuri puute. Responsiivisen design on monesta syystä järkevä vaihtoehto ja asiakasystävällisin lähestymistapa mobiiliyhteensopivien, itsepäivitettävien sivujen rakennukseen. Erillisten verkkosivujen teettäminen pöytäkoneelle ja mobiililaitteelle moninkertaistavat ylläpitotyön määrän (Kadlec 2013, 9; Krug 2014, 149; Nielsen & Budiu 2013, 27). Erillisten versioiden päivittäminen ei todennäköisesti myöskään tapahdu tasaisesti, jolloin versiot eivät enää vastaakaan toisiaan (Krug 2014, 149). Laitekohteisesti optimoitujen sivujen rakentaminen ei ole järkevää myöskään tulevaisuutta ajatellen, koska uudenlaisia teknologioita tulee koko ajan lisää. Siksi on tärkeää hyödyntää verkkosivujen potentiaalia joustavuuden lisäämiseksi. (Kadlec 2013, 10-11.)

Paperitulostamisen säätäminen on verkkosivuilla hankalaa ja usein tulostettava materiaali liitetäänkin sivuille PDF-muodossa (Korpela 2010, 137). Yksi Laitisen arvostama ominaisuus verkkosivuilla oli artikkelien tulostettavuus ja hän halusi omien asiakkaidensa pystyvän tulostamaan palvelukuvauksia OnnenTaitojen sivuilta. Ehdotin Laitiselle, että rakentaisin sivuille nappulan, jonka

kautta asiakkaat pystyivät lataamaan palvelukuvauksen PDF-tiedostona ja halutessaan tulostamaan sen. Laitinen piti ideasta.

Kilpailijoiden sivujen tutkiminen osoittautui todella hyväksi tavaksi herättää keskustelua verkkosivujen ja visuaalisen ilmeen ominaisuuksista. Olin saanut tehtyä listat toivotuista visuaalisen ilmeen ominaisuuksista ja verkkosivujen toiminnallisuuksista. Lupasin asiakkaalle, että aloittaisin käymiemme keskusteluiden pohjalta suunnitella ensin yrityksen logoa ja tehdä rautalankamalleja verkkosivujen sisällöistä, minkä jälkeen lähettäisin hänelle niistä sähköpostiin mallikuvia muutaman viikon kuluttua palautteen saamiseksi.

3.3 Logo visuaalisen ilmeen perustana

Logot toimivat tavallaan yrityksen kasvoina, sillä ne auttavat ihmisiä muistamaan kokemuksensa yrityksen kanssa. (Airey 2010, 8, 10, 21). Aloitin OnnenTaitojen visuaalisen ilmeen luomisen logosta, koska se tuntui helpoimmalta tavalta lähestyä yritykselle sopivan muotokielen, värimaailman ja typografin valitsemista. Laitinen oli kertonut arvostavansa luonnonläheisyyttä ja yhtenäisyyttä. Hänestä OnnenTaidoille sopisi keväisen vihreä värimaailma ja ulkoasussa voisi käyttää pyöreän muotokieltä. Ympyrä symbolina yhdistetään muun muassa feminiinisyyteen, rakkauteen, energiaan, voimaan, liikkeeseen, kokonaisvaltaisuuteen ja harmoniaan (Cousins 2014). Siksi koin sen muotokielen sopivan hyvin hyvinvointialalla toimivalle OnnenTaidoille.

Tavoitteenani oli yhdistää asiakkaan toiveet logon designiin pitäen sen kuitenkin yksinkertaisena paitsi ulkoasultaan, myös hallinnoitavuuden kannalta. Kustannustehokkaan designin luomiseksi suunnittelijan pitää ymmärtää asiakkaan markkinointistrategioita sekä missä ja miten logoa tullaan käyttämään. Moniväriset logot eivät esimerkiksi sovi printtimediaa paljon käyttävälle yritykselle, koska painokustannukset tulisivat kalliiksi. (Airey 2010, 46.) OnnenTaitojen kohdalla yrityksen markkinointi keskittyi sosiaaliseen mediaan ja verkkosivuihin, minkä vuoksi esimerkiksi oli mahdollista käyttää eri vihreän sävyjä.

Ikoninen logo on yksinkertainen, relevantti, kestävä, omaperäinen, muistettava ja mukautuva (Airey 2010, 22). Tavoitteenani oli löytää logoon selkeä kuvio, joka olisi oivaltava ja viestisi OnnenTaitojen asiakkaille jotain oleellista yrityksestä. Aireyn (2010, 8) mukaan logosuunnittelussa suunnittelijan tehtävä on

löyttää tarina ja kertoa se hyvin. Logon ei tarvitse kirjaimellisesti esittää, mitä yritys tekee, kunhan se sopii asiakkaalle, tämän alalle ja logon muulle kohdeyleisölle (Airey 2010, 25, 30).

Vahva tietämys asiakkaan alasta mahdollistaa omaperäisen, yrityksen näkökulmaa tarkasti kuvaavan designin luomisen (Airey 2010, 30). Kymmenistä luonnoksista valitsin asiakkaalle esiteltäväksi kolme vaihtoehtoa, *Voikukan*, *Ruorin* ja *Mindmapin* (Kuva 3). Jokaisen vaihtoehdon takana oli erilainen OnnenTaidoja kuvaava ajatus, mutta niiden yhteisenä teemana oli asiakkaan toivoma ympyrämuoto.



Kuva 3. OnnenTaidot logon luonnokset aiheista Voikukka, Ruori ja Mindmap.

Voikukka-teeman oli tarkoitus kuvata keveyttä ja vapautunutta oloa, jonka OnnenTaitojen palvelut saivat aikaan asiakkaissaan. Ruori-teeman ajatus oli tuoda esille yrityksen merellinen kotikaupunki Kotka. Ruori tuntui kuviona luonteelta vaihtoehdolta, koska se on kulkusuunnan ohjaamiseen käytetty väline ja lisäksi selvästi yhdistettävissä mereen. Mindmap-kuvion ideana oli visualisoida ajatusta siitä, kuinka onnen voi saavuttaa monen eri reitin kautta. Pidin itse eniten ruori-teemasta, koska se kertoi tarinaa OnnenTaitojen alkuperästä, mutta samalla myös kuvasi osuvasti yrityksen toimintaa. Myös asiakas piti merihenkisestä Ruorista eniten, joten jatkoin idean kehittämistä ohjaajieni Suvi Pylväsen ja Sarah-Jane Leaveyn ohjauksessa. Viimeistellyn logon (ks. liite 2/2) ruori-kuvioon ilmestyi pehmeämpien linjojen lisäksi lopulta yksi kapula lisää, koska alkuperäisen luonnoksen tasainen puolipallomuoto tuntui todella jäykältä.

Typografia on yritysilmeen tärkeimpiä elementtejä (Wheeler 2013, 154). Logoon valittu fontti tulisi käyttöön verkkosivuilla, mikä jo itsessään rajoittaa vaihtoehtoja. Sen lisäksi asiakkaalle piti mahdollistaa visuaalisen ilmeen ylläpitoon tarvittavien välineiden saatavuus. Mac- ja Windows-tietokoneille on esiasen-

nettuna monia yhteisiä fontteja, kuten Century Gothic, joita voi käyttää turvallisesti verkkosivusuunnittelussa. (Teague 2010, 192, 203.) Siten pyöreälinjainen, mutta selkeä Century Gothic vaikutti minusta hyvältä vaihtoehdolta, sillä se oli turvallinen käyttää, helposti asiakkaan saatavilla ja olemukseltaan sopiva OnnenTaitojen ilmeeseen.

Century Gothic tuntui kuitenkin yksinään tylsältä. Yksi kirjainperhe ei yleensä riitä tuomaan tarpeeksi kontrastia typografisiin töihin (Itkonen 2012, 83). Fontteja voidaan yhdistää monella tavalla, varsinkin jos valitussa fontissa ei ole tarpeeksi lihavuusasteita. Usein saman suunnittelijan tai samalta aikakaudelta olevat fontit sopivat hyvin yhteen. Joskus voidaan tarvita lisää kontrastia. Mahdollisuuksia on yhtä paljon kuin fonttejakin. Kirjasintyyppin pitää kuitenkin täyttää tehtävänsä ja olla visuaalisesti tasapainossa muun sisällön kanssa. (Spiekerman & Ginger 2003, 109.) Kahden kirjasintyyppin tulee olla yhdenmukaisia, mutta niiden välillä tulee olla tarpeeksi kontrastiero (Itkonen 2012, 83).

Uskaltauduin kokeilemaan ilmaiseksi internetistä ladattavia fontteja, koska ne olivat helposti asiakkaankin saatavilla ja löysin Century Gothicin tapaan pyöreälinjaisen, mutta siron *Caviar Dreams*in (ks. liite 2/5). Fontit sopivat hyvin yhteen samankaltaisen muotokielensä vuoksi, mutta niiden välinen selvä kontrastiero vahvuudessa toi kaivattua ilmeikkyyttä logoon (ks. liite 2/2).

Yksinkertainen, mukautuva design toimii yleensä pienikokoisenakin ja lisää todennäköisyyttä design kestävyydelle. Mukautuva logo säästää painokustannuksissa ja vähentää tarvittavien versioiden määrää. (Airey 2010, 34.) OnnenTaitojen logo säilytti luettavuutensa vielä noin 6 mm korkuisena (ks. liite 2/4), mutta sen korkeahko muoto sai minut miettimään vaakaversion tarpeellisuutta. Tein lopulta vaakaversionkin siltä varalta, että asiakas halusi jossain vaiheessa teetättää esimerkiksi mainoskyniä OnnenTaidoille. Vaakaversio mahdollisti myös sloganin yhdistämisen logoon (ks. liite 2/2).

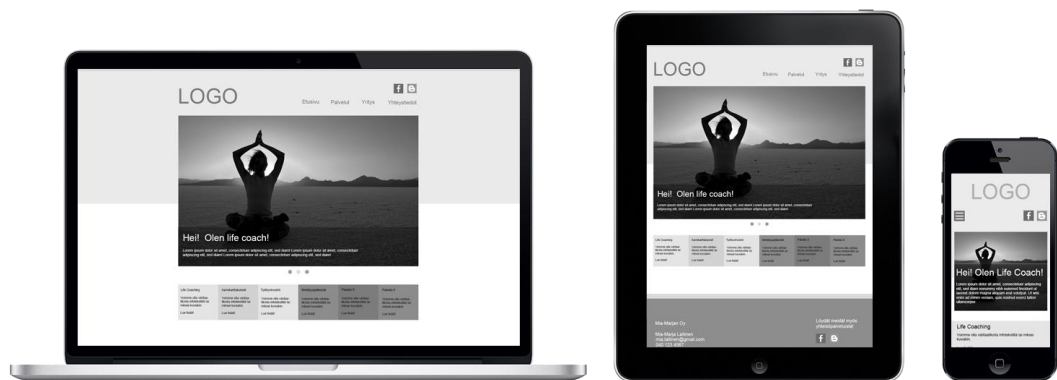
Kokemattomuuteni logosuunnittelussa näkyikin juuri siinä, että suunnittelemani design kaipasi eri käyttöversioita. OnnenTaitojen visuaalisen ilmeen ylläpitourakan helpottamiseksi olisi ollut ehkä parempi hylätä logon pystyversio kokonaan ja siirtyä käyttämään pelkkää vaakaversiota kaikkialla. Pystyversio oli kuitenkin paljon vaakaversiota ilmeikkäämpi ja siksi asiakkaan työtä helpottaakseni ohjeistin häntä käyttämään ensisijaisesti sitä. Jos pystyversio oli so-

pimaton johonkin käyttötarkoitukseen, esimerkiksi niihin mainoskyniin, niin siinä tapauksessa voitaisiin käyttää vaakaversiota.

Pitkäikäisyys ja kestävyys ovat logon suunnittelussa tärkeitä ja siksi ei kannata suunnitella logoa jatkuvasti muuttuvien trendien pohjalta. Päivitykset ulkoasuun ovat aina mahdollisia, mutta tausta-ajatuksen tulisi pysyä samana. (Airey 2010, 28.) OnnenTaitojen logo onnistui mielestäni hyvin ja se kuvaa osuvasti yritystä. Koen sillä jopa olevan tarinallista, aikaa kestäväää arvoa, koska se kertoo sekä yrityksen kotikaupungista että toiminnasta. Yleensä logo ei saa vilkaisua enempää aikaa tulla huomatuksi, joten selkeä design on tärkeää logon muistettavuudelle ja tunnistettavuudelle. (Airey 2010, 22, 33, 36.) Kuviona ruori on yksinkertainen ja helposti tunnistettavissa logon hallitsevana elementtinä. Vihreä värimaailma myös lisää erottuvuutta, koska tavallisesti meriaiheisiin kuvioihin yhdistetään sininen väri.

3.4 Verkkosivujen layout

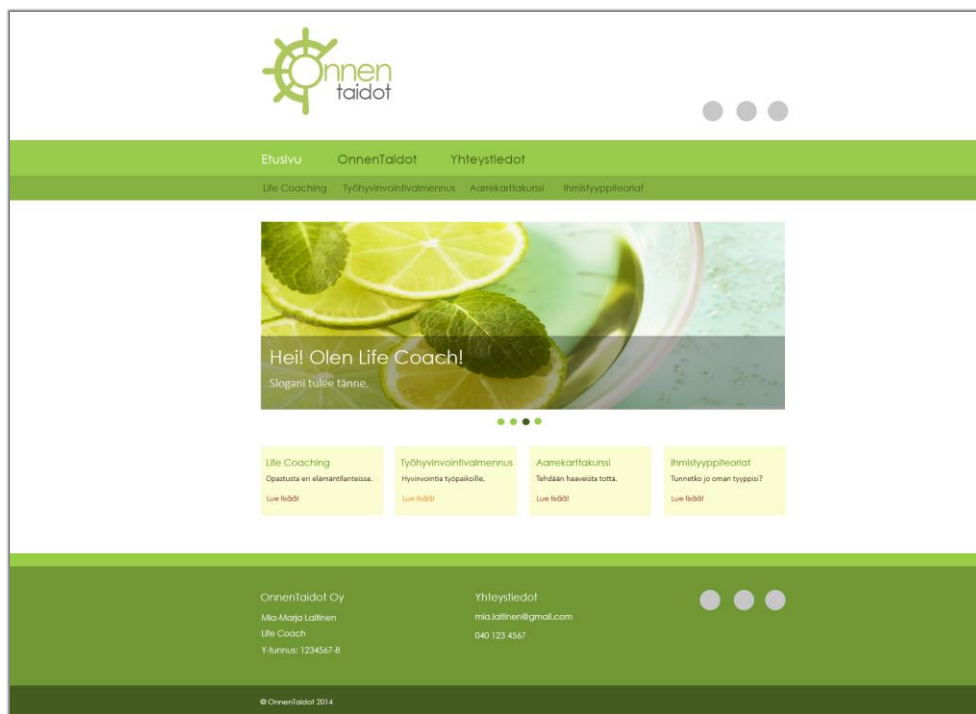
Rautalankamallit ovat suurpiirteisiä, monesti harmaansävyisiä hahmotelmia verkkosivusta ja niiden tarkoituksena on osoittaa elementtien sijainti sivuilla. Niiden avulla on helppo havainnollistaa ajatuksia asiakkaalle jo ennen ulkoasun suunnittelemista. (Unger ym. 2009, 187.) Tein Laitiselle keskusteluidemme pohjalta kolme rautalankamallia verkkosivujen rakenteesta eri näytöillä, joista hän valitsi suosikikseen kuvassa 4 näkyvän version.



Kuva 4. Alustava rautalankamalli OnnenTaitojen verkkosivuista kolmella eri näytötkoolla.

Rautalankamalli perustui 960 pikseliä leveään suunnittelupohjaan eli gridiin. Gridin tarkoitus on toimia yhdenmukaisen designin suunnittelun työvälineenä (Graafinen 2015; Kadlec 2013, 50). 960 pikselin levyinen gridi on yksi vanhimmista ja käytetyimmistä rungoista, koska se jakautuu helposti eri luvuilla pienempiin osioihin ja tekee elementtien sijoittamisen vaivattomaksi. (Kadlec 2013, 11; McNeil 2013, 40.) Valitsin yleisesti käytetyn gridin, koska toivoin sen helpottavan responsiivisuuden ymmärtämistä ja toteuttamista koodausvaiheessa.

Kävimme rautalankamallin ominaisuudet läpi vielä yhdessä, jotta saisin Laitiselta palautetta mahdollisista epäkohdista. Navigaation eli valikon suhteen oli toiveena saada palvelut enemmän näkyviin, joten mietimme erillisen palveluvalikkorivin rakentamista niille päävalikon alle. Muutoin rakenne tuntui asiakkaasta todella hyvältä, joten tein sivuista seuraavaksi design-hahmotelman uuden valikkorakenteen kanssa (kuva 5).



Kuva 5. Ensimmäinen design-hahmotelma verkkosivuista ja uudesta valikosta.

Pidin designsuunnitelmat mahdollisimman yksinkertaisina, koska Laitinen halusi selkeän ilmeen sivuilleen. Minimalistisuus on hyvä lähtökohta mobiiliystävällisessä suunnittelussa, koska tiedostokoot on helppo pitää pieninä ja elementtien vähyys sujuvoittaa responsiivisuuden toteutusta. (McNeil 2013, 113.)

Väripalkit ovat erittäin mobiiliystävällisiä designelementtejä, koska ne latautuvat nopeasti ja ovat todella joustavia responsiivisessa designissa. Niillä on myös helppo erotella osioita toisistaan selkeästi. (McNeil 2013, 117.) Tasaisiin väripintoihin perustuva *flat desing* näyttää hyvältä ja selkeältä, mutta sen vaarana on käyttöliittymän toiminnallisten elementtien, kuten linkkien, sekoittuminen koriste-elementtien kanssa. (Krug 2014, 153.) Laitinen ei halunnut sivuilleen mitään ylimääräisiä koristeluita, joten uskalsin kokeilla flat designia sivuille. Kiinnitin erityistä huomiota käyttöliittymän elementtien muotoiluun ja sijoitteluun, koska Krugin (2014, 153.) mukaan näin voidaan parantaa flat design-sivustojen käytettävyyttä. OnnenTaitojen viimeistellyssä designissa (ks. liite 2/6) ajatuksena olikin käyttää vihreää väriä kaikissa klikattavissa elementeissä, mikä mielestäni onnistuikin hyvin parantamaan sivujen käytettävyyttä.

Aina projektivaiheiden välinen raja ei ole selvä ja joskus taas pitää palata takaisin edellisiin vaiheisiin (Unger ym. 2009, 63). Itselläni on tapana suunnitella verkkosivujen ulkoasua samalla kun rakennan niitä, jotta näen välittömästi ideoiden toimivuuden käytännössä. OnnenTaitojen sivuston ulkoasu muuttui paljon koodauksen aikana, mutta sen rakenne pysyi uskollisena asiakkaan valitsemalle rautalankamallille. Ulkoasu perustui kuitenkin koko ajan logon visuaalisiin ominaisuuksiin. Esimerkiksi typografian suhteen minusta tuntui, että Century Gothic oli hieman jämäkkä ja tylsä paljon käytettynä sivuilla, joten muutin otsikkofontiksi logossakin käytetyn Caviar Dreams. Leipätekstissä käytin yksinkertaista Google Fontsista ilmaiseksi ladattavaa Mulia (ks. liite 2/5). Asiakas oli todella tyytyväinen viimeistelyyn designiin (ks. liite 2/6).

Asiakkaan vastuulla oli hankkia tarvittavat valokuvat sivustolle ja ohjeistin häntä valitsemaan kuvia, joiden värimaailma perustui siniseen, vihreään tai ruskeaan. Näin sivuston väripaletti pystyttiin pitämään hillittynä ja yhtenäisenä. Laitinen lähetti minulle kymmenisen valokuvaa, joista valitsimme kullekin sivulle teemaltaan sopivan kuvan.

Kun design oli valmis, viimeistelin sivut vielä *faviconilla*. Faviconiksi kutsutaan 16 x 16 pikselin kokoista kuvaketta verkkosivun osoitepalkissa ja kirjanmerkeissä. Kuvake edustaa sivustoa ja toimii eräänlaisena tunnuksena sille, joten usein se on pienennetty versio sivuston logosta tai sen osasta. Faviconin tarkoitus ei ole pelkästään näyttää hyvältä vaan myös vahvistaa sivuston brän-

diä. (Creative Bloq 2014.) OnnenTaitojen logo ei soveltunut sellaisenaan faviconiksi, joten käytin kuvakkeessa pelkkää ruorikuviota.

4 ITSEPÄIVITETTÄVIEN VERKKOSIVUJEN RAKENTAMINEN

4.1 Itsepäivitettävät verkkosivut

Digitaalinen ympäristö muuttuu jatkuvasti, joten myös verkkosivujen kilpailuympäristö on jatkuvassa muutoksessa. Siksi verkkosivujen tulisi kyetä kehittymään yrityksen mukana. Yritys, joka ymmärtää tukea verkkosivujen koko elinkaarta, saavuttaa parempia tuloksia sivuillaan. (Murtagh 2013, 8-9, 13.) Verkkosivujen mukautuvuus ja mahdollisuus muokata niiden sisältöä vapaasti ilman erillistä ylläpitäjää kiinnostaa yhä useampia asiakkaita. Nykyään asiakkaiden voi antaa päivittää omia verkkosivujaan ilman suurempaa huolta siitä, että he vahingossa rikkoisivat niiden toimintoja (Wright 2013). Kyse on kuitenkin paljon moniulotteisemmasta toiminnasta kuin vain tekstisisältöjen tai kuvien muuttamisesta, mikä asettaa uusia haasteita asiakkaan tarpeiden huomioimiseen verkkosivusuunnittelussa sekä ohjaukseen.

Käyttäjä on teknisen vuorovaikutuksen ytimessä, sillä tekniikkaa kehitetään helpottamaan käyttäjän päämäärien toteuttamista (Saariluoma 2011, 45). Itsepäivitettävien verkkosivujen rakentaminen on haastavaa, koska niiden käyttäjän eli asiakkaan on pystyttävä hallinnoimaan niitä ilman koodausosaamista ja riskiä sivujen rikkoutumisesta. Suunnittelijan pitää heti suunnitteluprosessin alussa osata miettiä sivuille tulevat toiminnot ja rakenteet siten, että kaikki tarpeellinen on tehtävissä yksinkertaisesti ja helposti. OnnenTaitojen kohdalla oli alusta alkaen selvää, että sivustoa tuli pystyä muokkaamaan helposti, koska kyseessä oli uusi, vielä muotoaan hakeva yritys eikä mahdollisuutta erilliselle ylläpitäjälle ollut sillä hetkellä.

Vaihtoehtoja itsepäivitettävien verkkosivujen tekoon on useita, mutta päädyin valitsemaan OnnenTaitojen sivujen alustaksi aikaisemmissa projekteissa hyväksi havaitsemani WordPress-sisällönhallintajärjestelmän. WordPress on vapaaseen lähdekoodiin perustuva sisällönhallintajärjestelmä, jonka kautta voi julkaista ja päivittää verkkosivuja ilman koodausosaamista. Se on helposti

muokattavissa omiin tarpeisiin sopivaksi monipuolisten työvälineidensä, helpotajuisen käyttöliittymänsä ja laajan kehittäjäyhteisönsä takia. Siksi WordPress on käytetyin sisällönhallintajärjestelmä tällä hetkellä. (WordPress 2015; Friedman 2013, 6.) Se sopii sekä kokeneemmalle verkkosivukehittäjälle että pienyrittäjälle helpottamaan verkkosisällön julkaisua (Friedman 2013, 6).

Käyttäjän tunteminen on edellytys käytettävyydeltään hyvän tuotteen luomiseksi (Saariluoma 2011, 46). Asiakkaan tietotekniset valmiudet ja kyvyt ylläpitää sivuja pitäisi pystyä arvioimaan jo ennen verkkosivujen alusta valintaa. WordPress ei ole kovin paljon tekstinkäsittelyohjelmaa hankalampi käyttää ja kokemuksen mukaan asiakkaat omaksuvat sen toiminnot nopeasti varsinkin koulutuksen jälkeen. En silti lähtisi tekemään itsepäivitettäviä sivuja kenellekään, joka ei hallitse tietokoneen peruskäyttöä. OnnenTaitojen sivuston kohdalla pystyin luottamaan siihen, että Laitinen oppisi WordPressin käytön sillä hänestä huomasin jo ensimmäisen tapaamisen aikana, että tietokoneen ja mobiililaitteiden käyttö oli tuttua ja vaivatonta.

Verkkosivujen päivitettävyyttä voidaan helpottaa asiakkaalle siistimällä WordPressin käyttöliittymästä pois ylimääräiset painikkeet ja ilmoitukset. (Wright 2013). Yhdelle asiakkaalle rakennettavan sivuston halutut toiminnot ovat todennäköisesti selvillä tarkasti, mikä mahdollistaa kaikkien ylimääräisten toimintojen tai elementtien poistamisen sivustolta (Friedman 2013, 9). Näin myös estetään asiakasta löytämästä sivuja rikkovia toimintoja.

Poistin OnnenTaitojen WordPressin käyttöliittymästä kaikki ylimääräiset ilmoitukset ja lisäosien mukana tulleet mainokset, mutta muutoin jätin käyttöliittymän oletusasetuksien mukaiseksi vaikka niitä olisi saanut muokattua erillisillä lisäosilla. Liitteessä 1/3 näkyy WordPressin oletuskäyttöliittymä sekä muutamia ilmoituksia, jotka poistin asiakkaan Ohjauspaneeli-näkymästä ennen sivujen luovutusta. Asiakas ei kokenut WordPressin oletuskäyttöliittymää hankalana, joten sen kustomoiminen olisi ollut turhaa. Ylimääräiset lisäosat ovat lisäksi aina riski sivustolle pidemmällä aikavälillä. Tulevien päivitysten myötä on mahdollista, että jossain vaiheessa lisäosien yhteensopivuus lakkaa ja sivut rikkoutuvat. Siksi WordPressin valmiita lisäosia ei kannata käyttää liikaa. (Wright 2013.) Ylimääräiset ominaisuudet lisäävät aina myös päivitysten määrää ja näin sivustosta tulee asiakkaalle raskaampi huoltaa.

Lisäosia ei voi asentaa huoletta sivuille, mutta niillä voidaan kuitenkin lisätä verkkosivujen joustavuutta paljon. Esimerkiksi OnnenTaitojen sivuilla lisäosilla mahdollistettiin asiakkaalle hakukoneoptimoinnin parempi hallinta, automaattinen varmuuskopiointi ja lisättiin sivujen tietoturvaa merkittävästi. Itsepäivitettävien sivujen rakentaminen onkin jatkuvaa tasapainottelua automatisoitujen toimintojen ja lisäosien kautta ohjattavien toimintojen luomisen välillä. Koodatut, automaattiset toiminnot helpottavat asiakkaan päivitystyötä vaikka ne poistavat häneltä mahdollisuuden osioiden muokkaamiseen. OnnenTaitojen sivuille rakennettu palvelu-lista (ks. liite 2/6) on esimerkiksi asetettu toimimaan siten, että listan linkit päivittyvät palvelusivujen luomisen ja muokkaamisen myötä automaattisesti.

WordPress-julkaisulle voidaan joko luoda oma teema tai valita yksi valmis-teemoista. Teema on enemmän kuin pelkkä ulkoasu, sillä se sisältää myös toiminnallisuuksia. (WordPress Codex 2015b.) Valmisteemalla verkkosivujen luominen on nopeaa, mutta silloin on osattava huomioida WordPressin teemapäivitykset. Suoraan valmisteemaan tehdyt muutokset voivat kadota seuraavien päivitysten aikana, koska WordPress tallentaa omat tiedostonsa niiden päälle (Friedman 2013, 30). Sivujen ulkoasun rikkoutumisen lisäksi myös toimintoja voi kadota. Sivuston luominen lapsiteemalla onkin suositeltavaa, koska se suojelee design- ja käyttöominaisuuksia päivityksistä huolimatta (Wright 2013; Hedengren 2011, 104). Lapsiteema toimii siten, että verkkosivuston pohjana käytetään niin sanottua äititeemaa, mutta kaikki muutokset koodissa tehdään vain lapsiteemaan. Lapsiteemaan tehdyt muutokset korvaavat vastaavat äititeeman ominaisuudet, mutta eivät fyysisesti muuta äititeeman koodia. Lapsiteeman koodi ei muutu päivityksissä, minkä vuoksi suunnittelijan luomat ominaisuudet pysyvät tallessa. (Friedman 2013, 30; Hedengren 2011, 104-105.) Näin asiakas voi turvallisesti tehdä päivityksiä aina, kun WordPress sitä vaatii (Wright 2013). Siksi valitsin OnnenTaitojen sivujen toteutustavaksi responsiiviseen valmisteemaan pohjautuvan lapsiteeman.

Itsepäivitettävien verkkosivujen kohdalla asiakas on yksin vastuussa sivustonsa päivityksistä, joten hänen pitää ymmärtää, ettei kyse ei ole pelkästään sivuston toimivuuden ylläpidosta vaan myös tietoturvasta. WordPressillä tehdyt sivustot ovat hakkereille ensisijainen kohde, koska näitä sivustoja on paljon. Jokainen WordPressin, teeman ja lisäosan päivitys sisältää paikkauksia kehittäjien huomaamiin tietoturvaongelmiin, jotta sivuille olisi vaikeampi murtautua.

Sivustoa voi suojata muun muassa asettamalla sinne palomuurin ja suojaamalla WordPressin ydintiedostoja, mutta WordPressin päivitykset on silti pidettävä ajan tasalla, sillä pelkkä vanhentunut lisäosakin voi luoda aukon tietoturvaaan. (Kirkland 2014.)

Tietoturvan lisäksi myös varmuuskopioinnista huolehtiminen on tärkeää (Wright 2013). Löysin OnnenTaitojen sivuille lisäosan, joka mahdollisti tarvittavien tietoturvatoimien sekä automaattisen varmuuskopioinnin tekemisen. Vaikka lisäosan asennus oli riski, koin sen tuomat edut sen arvoiseksi. Sain suojattua sivut sekä muuttamaan sivuston kirjautumisosoitteen pois oletusosoitteesta. Lisäosa myös pitää huolen, että OnnenTaitojen sivusto varmuuskopioi itsensä säännöllisesti. Tein lisäksi OnnenTaitojen sivuista niiden valmistua manuaalisen varmuuskopion ja lähetin sen asiakkaalle siltä varalta, että automaattinen varmuuskopiointi ei toimitakaan. Näin hätätapauksessa ei tarvitsisi aloittaa sivujen rakennusta alusta.

4.2 Multisite-ominaisuus blogia varten

Laitinen kysyi neuvoa blogin perustamiseen OnnenTaitojen verkkosivujen rakennuksen aikana. Ilmaiset blogialustat, kuten *wordpress.com* tuntuivat minusta parhaalta ratkaisulta, koska asiakas oli vasta miettinyt bloggaamista. Ilmaisen blogin voisi ongelmitta lakkauttaa, jos siihen ei riittänytkään aikaa tai energiaa. Kyseiset alustat eivät tuntuneet asiakkaasta kuitenkaan mielekkäiltä, joten aloin tutkia muita vaihtoehtoja yritysblogin perustamiselle.

Blogin yhdistäminen verkkosivujen kanssa samaksi sivustoksi ei houkutellut, koska verkkosivut olivat melkein valmiit ja muutokset olisivat johtaneet isoihin korjauksiin. Lopulta helpoin, kustannustehokkain ja asiakkaalle käyttäjäystävällisin vaihtoehto oli muuntaa OnnenTaitojen verkkosivut WordPressin Multisiteksi, jolloin blogin pystyi luomaan omiksi erillisiksi sivuikseen *blogi.onnentaidot.fi*-osoitteen alle eli alidomainiksi. Multisite on WordPressin ominaisuus, joka mahdollistaa usean sivuston hallinnan yhden WordPress-asennuksen kautta. Se sopii hyvin yksityisesti ylläpidettävien verkkosivu- ja blogiverkostojen hallintaan. Multisite-verkoston päivittäminen on yhtä helppoa kuin tavallisen WordPressin päivittäminen ja kaikki sen sivustot voidaan

päivittää kerralla, mikä tekee ylläpidon yksinkertaiseksi. (McCollin 2015; WordPress Codex 2015a.)

Multisiten asennus, rakenne ja ylläpito eivät juurikaan eroa tavallisesta WordPressista. Sivustojen teemat ja lisäosat tallentuvat vain kerran, minkä vuoksi Multisite vie vähemmän palvelintilaa kuin mitä sivustojen erilliset WordPress-asennukset veisivät. (McCollin 2015.) Tämä ominaisuus mahdollistaa myös lapsiteemojen tehokkaan hyötykäytön, koska jokaisella erillisellä sivustolla voidaan käyttää niille kustomoitua lapsiteemaa vaikka kaikkien pohjana on sama kerran asennettu äititeema. (Hedengren 2011, 121.)

Multisite oli loistava ratkaisu OnnenTaitojen tilanteessa, koska asiakas sai sekä verkkosivut että kustomoidun blogin hallintaansa saman käyttöliittymän kautta ilman ylimääräisiä kustannuksia. Blogia ei ole toistaiseksi julkaistu asiakkaan kiireiden vuoksi. Asiakas pystyy kuitenkin nyt säilyttämään blogin toimintakykyisenä verkkosivujensa ohella julkaisematta sitä, joten verkkosivualustan mukautumiskyky asiakkaan tarpeita vastaavaksi lisääntyi huomasti Multisiten myötä. Multisiten ongelma on kuitenkin joidenkin lisäosien yhteensopimattomuus sen kanssa (Wpmudev 2015). Siksi sivuverkoston ominaisuuden aktivoimisen myötä joitain virheellisesti toimivia lisäosia oli vaihdettava yhteensopiviin ja jouduin uudelleenrakentamaan esimerkiksi verkkosivujen yhteydenottoaavakkeen. Se oli kuitenkin pieni vaiva saatuihin hyötyihin nähden.

Blogi ei kuulunut alkuperäisiin projektitavoitteisiin, joten asiakas- ja projektinhallinnallisesta näkökulmasta työmäärän kasvattaminen ei ollut järkevää tai kovin ammattimaista. Asiakas oli kuitenkin puhunut blogista jo projektin alkupuolella, joten oli minun virheeni olla huomioimatta sitä ajoissa. Lopputulos kuitenkin ylitti asiakkaan odotukset ja luulen, etten olisi osannut harkita multisiten kaltaista ratkaisua jos blogi olisi otettu yhdeksi tavoitteeksi heti alussa.

4.3 Testaus ja muutostarpeet

Verkkosivujen designista löytyy aina ongelmia jonkin selaimen tai laitteen kohdalla (Hay 2013, 172). Ongelmien poissulkemiseksi tarkkailin sivustoa jo rakennusvaiheessa Mozilla Firefoxin, Internet Explorerin, Google Chromen, Safarin ja Operan selaimilla. Selaimien uusien versioiden kohdalla ei ollut

mainittavia ongelmia sivuston toimivuuden kanssa, mutta Explorerin vanhimmat selaimet hajottivat sivurakenteen osittain tai täysin. Joissain kohdin syynä olivat OnnenTaitojen sivuston lisäosat, mutta itsepäivitettävyyden säilyttämiseksi näitä ei tietenkään voinut poistaa. Onneksi W3schools.comin (2015.) statistiikan mukaan suuri osa Explorerin käyttäjistä päivittää selaimiaan, joten en kokenut tarpeelliseksi alkaa muokkaamaan sivustoa yhteensopivaksi lähes käyttämättömille vanhemmille selainversioille. Responsiivisuuden moitteettoman toimimisen varmistaminen oli minulle tarpeeksi haastavaa uusienkin selaimien kohdalla.

Paras ratkaisu testata responsiivisia sivustoja on katsoa niitä ihan oikeilla mobiililaitteilla (Hay 2013, 35; Kadlec 2013, 94). Näin voidaan varmistua siitä, että tyylitiedoston lisäksi muutkin tiedostot latautuvat oikein (Hay 2013, 35).

Tarkkailin OnnenTaitojen sivuja kaikilla käsiini saamalla mobiililaitteilla, joita olivat Apple iPad mini, Nokia Lumia 900, Nokia Lumia 800, HTC Desire Z ja Sony Xperia Z. Lumioita lukuun ottamatta en huomannut yhteensopivuusongelmia verkkosivujen kanssa. Lumiat eivät kyenneet näyttämään OnnenTaitojen sivuilla käytettyjen sosiaalisen median linkkien kuvakkeita, muutoin kaikki toimi hyvin. Ongelman aiheuttaja oli taas kerran vanhoissa Lumia-malleissa oletusselaimena ollut Explorer. Ongelmaa ei olisi voinut korjata muutoin kuin koodaamalla sosiaalisen median kuvakkeet suoraan OnnenTaitojen sivuille kuvina, mutta sitten taas asiakas olisi menettänyt yhden tärkeän päivitystoinnin, joten sitä ei voinut tehdä.

Kuvassa 5. näkyvä kaksinkertainen navigaatio tuntui hyvältä idealta suunnittelun aikana, mutta sivuja koodatessani huomasin siinä monia ongelmia. Kahta erillistä valikkoa oli todella vaikea yhdistää *naviconin* eli mobiilisivuilla käytetyn valikkokuvakkeen (McNeil 2013, 150.) alle. Lisäksi OnnenTaitojen palveluiden pitkät nimet, kuten työhyvinvointivalmennus, mahtuivat nyt hädin tuskin viereysten, joten jos yritykselle tulisi lisää palveluita, valikko ei antaisi myöden vaan hajoaisi. Itsepäivitettävien sivujen näkökulmasta alkuperäisen rautalan-kamallin alasetoalikko (ks. kuva 4) oli käyttäjäystävällisin ja yrityksen tulevaisuuden tarpeet parhaiten huomioon ottava ratkaisu.

Myös Laitisella oli muutosehdotuksia nähtyään sivujen toiminnan käytännössä. Etusivuilla häntä harmitti, että sivun alapalkissa olevat yhteystiedot eivät näkyneet ilman alaspäin vierittämistä. Ehdotin ratkaisuksi palvelukuvauslaati-

koiden poistoa etusivuilta kuvakarusellin alta (ks. kuva 5) kokonaan, koska kuvakarusellia pystyi hyödyntämään palveluiden esittelyssä mainoslausein sekä linkittämällä kuvat vastaaville palvelusivuille. Tämä lisäksi helpotti päivitystyötä, koska nyt asiakkaalla oli yksi ylläpidettävä ominaisuus vähemmän.

Sivujen valmistuttua testautin niitä vielä muutamalla ystävälläni, mutta he eivät löytäneet mitään merkittäviä toimintaongelmia. Kävin myös jokaisen lisäosan läpi ja varmistin niiden toimivuuden ennen sivujen luovutusta asiakkaalle.

5 TYÖN LUOVUTUS ASIAKKAALLE

5.1 Verkkosivukoulutus ja päivitysohjeisto

Sivujen rakentamisen jälkeen pidin Laitiselle verkkosivujen ylläpitokoulutuksen ja annoin päivittämisen tueksi hänelle kirjalliset ohjeet sivuston toiminnoista. Olin jo sivujen rakennusvaiheessa luonut Laitiselle omat kirjautumistunnukset ja opettanut hänelle, kuinka WordPressin kautta pääsi tarkastelemaan sivujen edistymistä. Hän oli näin saanut tuntumaa WordPressin käyttöliittymän perustoimintoihin kuten sisään- ja uloskirjautumiseen sekä koti- ja verkkosivunäkymän vaihtamiseen. Näistä toiminnoista olin myös varmuuden vuoksi antanut hänelle kirjallisen ohjeen, jota myöhemmin käytin pohjana päivitysohjeiston luomisessa.

Varsinaisella koulutuskerralla sivut olivat jo valmiit ja kävimme läpi kaikki toiminnot, joita hänen piti osata käyttää verkkosivujensa hallinnoimiseksi. Käytin koulutuksessa runkona tekemääni päivitysohjeistoa, jotta asiakkaan olisi jälkeinpäin helpompi yhdistää sen sisältö verkkosivujen toimintoihin. Koulutukseen sisältyi WordPressin käyttöliittymään tutustuminen, omien profiilitietojen hallinnointi, sivujen tekstisisältöjen muokkaaminen, kuvien vaihtaminen, uusien palvelusivujen luominen, yhteydenottolomakkeen hallinnointi, sosiaalisen median linkkien vaihtaminen ja WordPressin sekä sen osien päivittäminen. Lopuksi kerroin asiakkaalle vielä, miten hänen tuli toimia jos sivusto kaatuisi yllättäen. Aiheiden läpikäyminen vei noin tunnin.

Koulutuksen jälkeen kysyin asiakkaalta, mitä mieltä hän oli WordPressin käytöstä ja millaiseksi hän koki päivitystoimintojen tekemisen. Asiakkaan palaut-

teen mukaan WordPress tuntui selkeältä ja helpolta käyttää. Tekstisisältöjen muokkaamisen hän kertoi onnistuvan helposti. Suomenkielinen käyttöliittymä ja verkkosivunäkymässä olevat ”muokkaa”-linkit nopeuttivat sivuston hallinnoimista ja lisäsivät käyttömukavuutta asiakkaan mielestä. Muistettavia asioita oli paljon, koska hallinnoitavia ominaisuuksiakin oli toivottu paljon. Siksi kirjalliset ohjeet tulivat tarpeeseen.

OnnenTaitojen verkkosivujen päivitysohjeistosta tuli pituudeltaan 18-sivuinen kansilehtineen (ks. liitteet 1/1-1/18). Opinnäytetyötä varten peitin ohjeistosta harmaalla palkilla kaikki OnnenTaitojen sivuston tietoturvaa mahdollisesti uhkaavat tiedot. Ohjeiston jokaisen otsikon alle on vaihteittain kuvattu aiheena olevan päivityksen teko sekä kuvin että tekstillä. Tavoitteena oli tehdä ohjeista mahdollisimman selkeät ja helposti seurattavat. Yritin pitää tekstimäärän mahdollisimman pienenä, jotta ohjeita jaksaisi lukea. Lisäsin varmuuden vuoksi ohjeistoon myös sivunumerot ja sisällysluettelon helpottamaan tarvittavien ohjeiden löytymistä. Asiakas otti ohjeiston vastaan hyvin ja kertoi saaneensa siitä apua päivitykseen.

5.2 Visuaalisen ilmeen ylläpito

Taustatutkimuksen, strategian selkeyttämisen, ulkoasun designin ja kosketuspintojen luomisen jälkeen tärkeänä viimeisenä vaiheena brändäyksessä tulee sen ylläpito. Brändi-identiteetti on erilaisten elementtien muodostama systemi, jonka vahvuus perustuu sen tunnistettavuuteen. (Wheeler 2013, 4, 6-7.) On tärkeää, että asiakas huolehtii luodun yritysilmmeen osien hallinnoinnista, ettei mitään käytetä väärin (Airey 2010, 47).

Asiakkaan kanssa tulisi keskustella brändin noudattamisen tärkeydestä ja mahdollisen asiantuntijan palkkaamisesta huolehtimaan näistä asioista. Suunnittelija voi lisäksi tarjoutua tekemään graafisen ohjeiston yritysilmmeen sallitusta käytöstä. (Airey 2010, 47.) OnnenTaitojen kohdalla oli alusta asti tiedossa, että Laitinen olisi yksin vastuussa myös visuaalisen ilmeen ylläpidosta. Verkkosivujen ylläpidon tavoin myös visuaalisen ilmeen ylläpito oli hänelle täysin uusi asia, joten koin tärkeäksi käydä sitä läpi hänen kanssaan. Selitin Laitiselle kuinka visuaalisesta ilmeestä huolehtiminen ja sen johdonmukainen käyttö paitsi helpottaa asiakkaita erottamaan yrityksen muistaa, se myös he-

rättää luotettavuutta. Kuten Tidwellkin (2011, 477) totesi, ihmiset luottavat niihin yrityksiin, joiden ilme on huoliteltu ja ammattimaisesti toteutettu.

Tein OnnenTaitojen visuaalisesta ilmeestä yksinkertaisen graafisen ohjeiston (ks. liitteet 2/1-2/6) asiakkaalle oppaaksi ja työvälineeksi tulevaisuutta varten. Kävimme sen sisällön Laitisen kanssa yhdessä läpi, jotta hän näkisi mitä osi-alueita graafinen ohjeisto sisälsi ja osaisi hyödyntää sitä tulevaisuudessa OnnenTaitojen markkinoinnin edistämisessä.

Visuaalisen ilmeen ylläpidon avuksi annoin asiakkaalle ohjeiston lisäksi png-, pdf- ja ai-tiedostot kaikista OnnenTaitojen logomuodoista eri väriversoineen. Näin hän pystyisi halutessaan teettämään esimerkiksi käyntikortteja ja mainoskyniä. Koska Laitisen työ oli liikkuvaa, hän saattaisi jopa haluta teippauttaa logon autonsa kylkeen, jolloin ai-tiedostomuoto eli täydellisesti skaalautuva vektorigrafiikkaversio logosta tulisi tarpeeseen. Näin muutaman tiedostoversi-
on sisältävällä logopakettilla edesautoin asiakkaan mahdollisuuksia hallinnoida yrityksensä markkinointia toivomissaan medioissa.

5.3 Projektin päättyminen

Projekti päättyi sopimuksen mukaisesti joulukuussa 2014. OnnenTaitojen verkkosivut julkaistiin elokuussa 2014 ja sen jälkeen olen seurannut sivuston kehitystä taustalta. Asiakas on onnistuneesti julkaissut sivustolle uutta sisältöä ja pärjää itsenäisesti niiden kanssa.

Verkkosivut eivät ole aina loistavia heti alussa vaan monet kehittyvät paremmiksi ajan myötä. Ne onkin tärkeä nähdä elävänä ympäristönä, jota pitää vaalia ja hoitaa täyden potentiaalin saavuttamiseksi. (Murtagh 2013, 17-18.) Tällä hetkellä OnnenTaitojen sivusto vastaa hyvin niihin tarpeisiin, joita asiakkaalla niille on. Asiakas myös tiedostaa sivuston päivityksen ja ylläpidon tärkeyden, minkä vuoksi sivuilla hyvät edellytykset kehittyä jatkossakin. Huomasin myös, että hän on onnistuneesti jatkanut OnnenTaitojen visuaalisen ilmeen ylläpitoa yrityksen Facebook-sivuilla. Hän esimerkiksi käyttää kuvia, jotka vastaavat visuaalisen ilmeen määrittelemää kuvamaailmaa.

Ensimmäiset verkkosivut ovat mielestäni asiakkaalle tärkeä tilaisuus kokea niiden potentiaali käytännössä. Hän osaa varmasti tämän kokemuksen pohjal-

ta määritellä tarpeensa sivuille vielä paremmin ja pohtia mihin suuntaan niitä tulisi viedä jos jatkokehitys tulee ajankohtaiseksi tulevaisuudessa.

Projektin lopussa Laitinen oli erittäin tyytyväinen OnnenTaitojen visuaaliseen ilmeeseen, logoon ja verkkosivuihin sekä kertoi mielellään suosittlevansa palveluksiani muillekin. Myös OnnenTaitojen asiakkailta tuli hyvää palautetta verkkosivuista ja niiden ilmeestä. Laitisesta projekti oli positiivinen kokemus ja hänen mielestään yhteistyö kanssani sujui ongelmitta. Itse koin myös projektin sujuneen hyvin ja työsuhteemme molemminpuolisesti kunnioittavaksi. Tulevaisuudessa jatkamme yhteistyötä ainakin blogin julkaisemisen merkeissä.

6 POHDINTA

Ennen opinnäytetyön kirjoittamista olin ajatellut paljon itsepäivitettävien verkkosivujen ilmiötä ja asiakkaiden lisääntyntä intoa ryhtyä omien sivujensa ylläpitäjiksi. Aiemmin oli helppoa vain tehdä mitä asiakas pyysi ja kuvittelin sen olevan asiakaslähtöistä toimintaa. Sitten huomasin kuinka monet asiakkaat eivät kymmenienkään selityksien jälkeen tuntuneet sisäistävän, miten paljon työtä ja vastuuta verkkosivujen päivitys itseasiassa teettää. Alkuinnostuksen jälkeen muun muassa tärkeät WordPressin ja sen osien päivitykset jäivät herkästi tekemättä.

Hylätyt verkkosivut saivat minut aluksi suorastaan raivostumaan. Tuntui, että kova työ oli mennyt hukkaan. Sitten aloin pohtimaan vastuutani verkkosivusuunnittelijana. Johtuiko sivujen laiminlyönti siitä, että tein asiakkaalle ylläpidollisesti liian kuormittavan tuotteen vai oliko kyse vain asiakkaan laiskuudesta? Jos asiakas ei hoida sivustoaan kunnolla ohjeistuksista huolimatta, niin kenen epäonnistumisesta loppujenlopuksi oli kyse? Loinko asiakkaalle vääränlaisia odotuksia sivuston ylläpidon helppoudesta vai eikö hän vain ollutkaan tarpeeksi sitoutunut hoitamaan osuuttaan? Näiden kysymysten miettiminen sai minut kyseenalaistamaan suunnittelutaitoni ja tapani toimia asiakkaiden kanssa. Enää ei ollutkaan selvää, kenestä yhteistyössä ilmenneet ongelmat johtuivat. Aiemmin en ollut edes osannut kyseenalaistaa omaa osuuttani niihin, sillä olen aina saanut hyvää palautetta tavastani kohdata asiakkaita. Nyt kuitenkin tajusin, ettei ongelmien syntymisessä ollutkaan kyse käytöksestä vaan toimintamalleista.

Ajatus tehdä opinnäytetyö asiakasta osallistavan ja asiakaslähtöisen suunnittelun näkökulmasta lähti alun perin siitä, että minua kiinnosti kuinka voisin omalta osaltani edesauttaa asiakkaiden sitoutumista verkkosivujensa päivitykseen. Lopulta huomasin, että kyse oli asiakkaan osallistamisesta koko prosessiin.

Muistelin, että hylättyjen sivujen tilaajat olivat usein aika passiivisia suunnittelupalavereissa. OnnenTaitojen kohdalla paremman lopputuloksen saikin aikaan se, että asiakkaani oli hyvin kiinnostunut osallistumaan suunnitteluprosessiin. Laitinen huokui aina positiivista energiaa palavereissa. Hän uskalsi ottaa rohkeasti kantaa asioihin, mutta kuunteli mielenkiinnolla myös minun ehdotukseni ja suositukseni sivujen sekä visuaalisen ilmeen suhteen. Kommunikaatio ei koskaan aiheuttanut ongelmia projektin aikana. Projektin merkittävimmät haasteet olivatkin yhteistyön sijaan oma kokemattomuuteni verkkosivusuunnittelijana sekä asiakkaan kiireisyys. Suunnitteluprosessin ja verkkosivujen rakentamisen aikana tuli tilanteita, joissa oli pakko ottaa muutama askel taaksepäin ja tehdä korjauksia ongelmiin, jotka olivat jääneet huomaamatta aiemmin. Ongelmiin oli kuitenkin helppo löytää ratkaisuja keskustelemalla asiakkaan kanssa olemassa olevista vaihtoehdoista

Osan ongelmista aiheutin täysin itse esimerkiksi innostumalla joistain verkkosivuminaisuuksista ja lisäsin tarpeettomasti omaa työmäärääni kokeilemalla uusia asioita sivuille jatkuvasti. En myöskään kuunnellut asiakasta tarpeeksi esimerkiksi blogin suhteen, mutta onneksi sain käännettyä tilanteen OnnenTaitojen eduksi Multisite-ominaisuuden avulla. Opin toki paljon näistä kokeiluista ja kehityin valtavasti verkkosivusuunnittelussa sekä erityisesti WordPressin käytössä. Jätin myös virallisen sopimuksen tekemättä Laitisen kanssa, koska kyseessä oli koulun opintoprojekti. Laitisen kanssa ei onneksi tullut ongelmia, joten sopimuksen puute ei kostautunut minulle. Jatkossa aion kuitenkin ottaa sopimuksen osaksi projektinhallintaa verkkosivuprojekteissa.

Laitinen ja hänenkin asiakkaansa pitivät lopputuloksena syntyneestä logosta, visuaalisesta ilmeestä ja verkkosivuista. Projekti saavutti siten sille asetetut tavoitteet. Minulla on yhä paljon opittavaa asiakashallinnasta suunnitteluprosessissa, mutta tämä kokemus kannustaa yrittämään vielä parempien tulosten saavuttamista. Tietotekniseltä osaamiseltani haluaisin kehittyä enemmän sekä hakukone- että nopeusoptimoinnissa, koska tässä projektissa en ehtinyt pe-

rehtyä niihin tarpeeksi. Olin ensimmäistä kertaa suunnittelemassa ja toteuttamassa logoa, visuaalista ilmettä ja responsiivisia verkkosivuja, joten kaiken uuden opettelu vei paljon aikaa. Sain onneksi myös paljon ohjausta ja tukea ohjaajiltani Suvi Pylväseltä ja Sarah-Jane Leaveyltä niin verkkosivujen rakentamisessa kuin logon ja visuaalisen ilmeen luomisessa. OnnenTaitojen kautta saamani kokemus on auttanut minua kasvamaan verkkosivusuunnittelijana ja sain paljon lisää työvälineitä entistä parempien verkkosivujen rakentamiseksi jatkossa.

LÄHTEET

Airey, D. 2010. Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities. Berkeley: New Riders.

Boag, P. 2014. Designing with Your Clients. Saatavissa: <http://www.smashingmagazine.com/2014/12/30/designing-with-your-clients/> [viitattu 21.2.2015].

Cousins, C. 2014. The (Sometimes Hidden) Meaning of Shapes. Saatavissa: <http://designshack.net/articles/layouts/the-sometimes-hidden-meaning-of-shapes/> [viitattu 29.3.2015].

Creative Bloq. 2014. How to create a favicon for your site in 8 steps. Saatavissa: <http://www.creativebloq.com/illustrator/create-perfect-favicon-12112760> [viitattu 4.2.2015].

Ehrens, T. 2014. Customer relationship management (CRM). Saatavissa: <http://searchcrm.techtarget.com/definition/CRM> [viitattu 3.4.2015].

Friedman, J. 2013. Web Designer's Guide to WordPress: Plan, Theme, Build, Launch. Berkeley: New Riders.

Graafinen. 2015. Taitto. Saatavissa: <http://www.graafinen.com/suunnittelu/yleista/taitto/> [viitattu 1.4.2015].

Hay, S. 2013. Responsive Design Workflow. United States: New Riders.

Hedengren, T.D. 2011. Smashing WordPress Themes. 1. painos. West Sussex: Wiley.

Itkonen, M. 2012. Typografian käsikirja. 4., tarkistettu ja laajennettu painos. Helsinki: RPS-yhtiöt.

Kadlec, T. 2013. Implementing Responsive Design: Building Sites for an Anywhere, Everywhere Web. Berkeley: New Riders.

Kirkland, M. 2014. The Importance of Keeping WordPress, Themes & Plugins Updated. Saatavissa: <http://www.thechipmerchant.com/it-blog/wordpress/importance-of-wordpress-updates/> [viitattu 22.3.2015].

Krug, S. 2014. Don't Make Me Think Revisited: A Common Sense Approach to Web and Mobile Usability. United States: New Riders.

Martin, B. & Hanington, B. 2012. Universal Methods of Design: 100 Ways to Research Complex Problems, Develop Innovative Ideas, and Design Effective Solutions. Beverly: Rockport Publishers.

McCollin, R. 2015. The Ultimate Guide to WordPress Multisite. Saatavissa: <http://premium.wpmudev.org/blog/ultimate-guide-multisite/> [viitattu 18.3.2015].

McNeil, P. 2013. Mobile Web Designer's Idea Book: The Ultimate Guide to Trends, Themes and Styles in Mobile Web Design. 1. painos. Ohio: HOW Books.

Mirza, A. 2012. 8 Lessons to Help Web Designers Educate Their Clients. Saatavissa: <http://webdesign.tutsplus.com/articles/8-lessons-to-help-web-designers-educate-their-clients--webdesign-2796> [viitattu 21.3.2015].

Murtagh, R. 2013. Million Dollar Websites: Build a Better Website Using Best Practices of the Web Elite in E-Business, Design, SEO, Usability, Social, Mobile & Conversion. 1. painos. New York: Earl Press.

Nielsen, J. & Budiu, R. 2013. Mobile Usability. Berkeley: New Riders.

Scranton, A.P. 2013. The Top Five Tips For Managing Client Expectations. Saatavissa: <http://www.forbes.com/sites/85broads/2013/07/22/the-top-five-tips-for-managing-client-expectations/> [viitattu 2.4.2015.]

Smashing Magazine. 2011. Professional Web Design: The Best of Smashing Magazine. West Sussex: Wiley.

Spiekermann, E & Ginger, E.M. 2003. Stop Stealing sheep & Find Out How Type Works. 2. painos. Berkeley: Adobe press.

Teague, J.C. 2010. Fluid Web Typography: A Guide. Berkeley: New Riders.

Tidwell, J. 2011. Designing Interfaces. 2. painos. Sebastopol: O'Reilly Media.

Unger, R. & Chandler, C. 2009. A Project Guide to UX Design: For User Experience Designers in the Field or in the Making. Berkeley: New Riders.

Wheeler, A. 2013. Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. 4. painos. New Jersey: Wiley.

W3schools.com. 2015. The Internet Explorer Browser. Saatavuus: http://www.w3schools.com/browsers/browsers_explorer.asp [viitattu 3.4.2015.]

Wpmudev. 2015. Installing WordPress Plugins. Saatavissa: <http://premium.wpmudev.org/manuals/wpmu-manual-2/installing-regular-plugins-on-wpmu/> [viitattu 2.4.2015.]

WordPress. 2015. About WordPress. Saatavissa: <https://wordpress.org/about/> [viitattu 24.2.2015].

WordPress Codex. 2015a. Create a Network. Saatavissa: http://codex.wordpress.org/Create_A_Network [viitattu 19.3.2015].

WordPress Codex. 2015b. Using Themes. Saatavissa: http://codex.wordpress.org/Using_Themes [viitattu 22.3.2015.]

Wright, Nate. 2013. Noupe Editorial Team. Saatavissa: <http://www.noupe.com/wordpress/how-to-stay-cool-when-your-client-wants-to-maintain-their-own-wordpress-site-78700.html> [viitattu 24.2.2015].



WordPress

päivitysohjeet

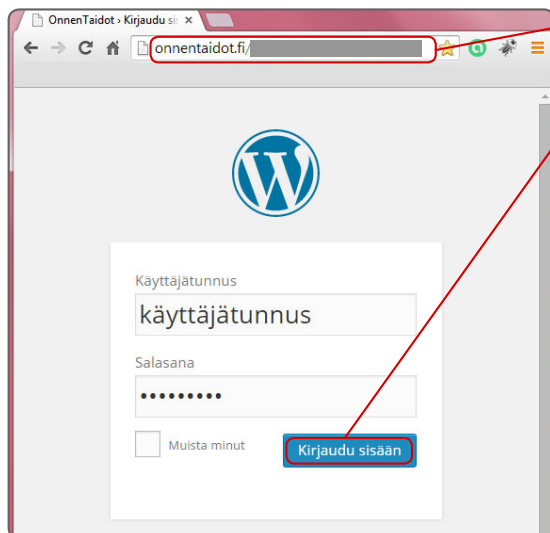


Elina Lampikoski, medianomiopiskelija, KyAMK

Sisällysluettelo

Kirjautuminen WordPressiin	3
Wordpressin ohjauspaneeli	3
Sivuilla vierailu & ohjauspaneeliin palaaminen	4
Oma profiili	4
Uloskirjautuminen	4
Sivujen muokkaaminen	5
Uuden sivun lisääminen	6
Artikkelikuvien vaihtaminen	7
Sivujen tiivitelmat	7
Valikon päivitys	8
Kuvakaruselli	9
Yhteydenottolomake	10
Yhteystiedot-sivun teksti ja sosiaalisen median linkit	11
Alapalkin teksti ja sosiaalisen median linkit	13
Copyright-teksti sivuston alalaidassa	15
WordPressin päivitys	16
Katastrofin sattuessa (eli jos sivusto kaatuu)	17

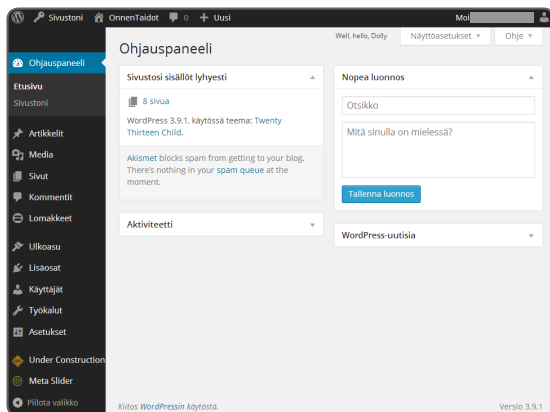
Kirjautuminen WordPressiin



WordPressiin kirjaututaan Internet-selaimen kautta. Kirjoita selaimen osoitekenttään: onnentaidot.fi/

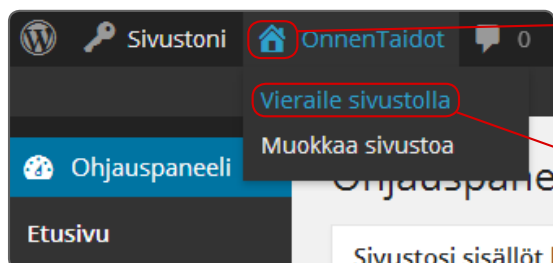
Kirjoita vaadittavat tiedot ja klikkaa "kirjaudu sisään"-nappulaa.

Wordpressin ohjauspaneeli



Kirjautumisen jälkeen saavut WordPressin ohjauspaneeliin, joka näyttää tältä.

Sivuilla vierailu & ohjauspaneeliin palaaminen

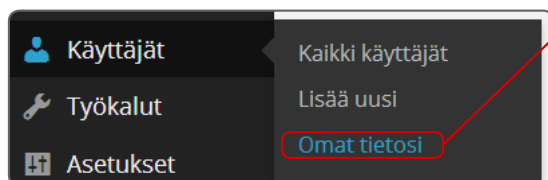


WordPressin kautta voi vaihtaa näkymää ohjauspaneeliin ja sivuston välillä klikkaamalla palkkia, jossa on sivustosi nimi sekä talokuvake.

Voit myös viedä hiiren palkin päälle ja klikata "Vieraile sivustolla".

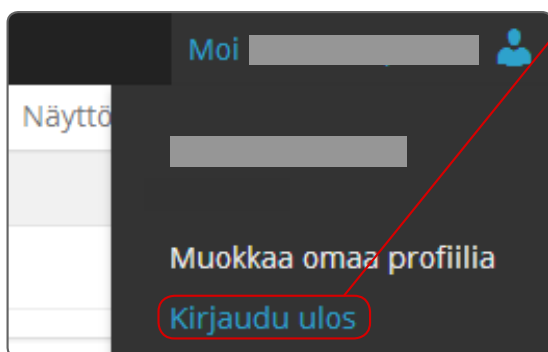
Sivuilta pääset takaisin ohjauspaneeliin samaa reittiä.

Oma profiili



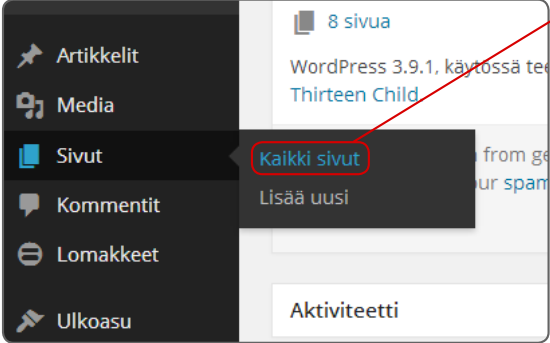
Omia profiilitietoja hallinnoidaan WordPressin sivuvalikosta kohdan "Käyttäjät" kautta. Vie hiiri sen kohdalle ja klikkaa avautuvasta alavalikosta "Omat tietosi". Täältä voit esimerkiksi muuttaa salasanasasi tai vaihtaa ohjauspaneelin väriä. Kun halutut muutokset on tehty, löytyy sivun alareunasta tallennus-nappula.

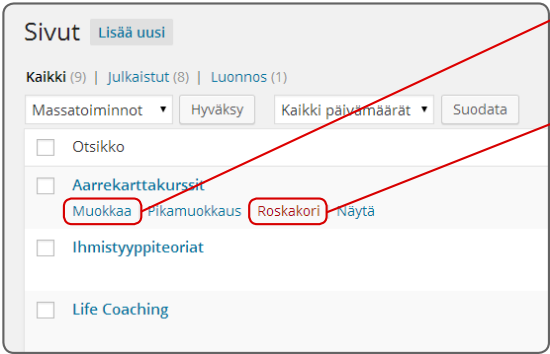
Uloskirjautuminen



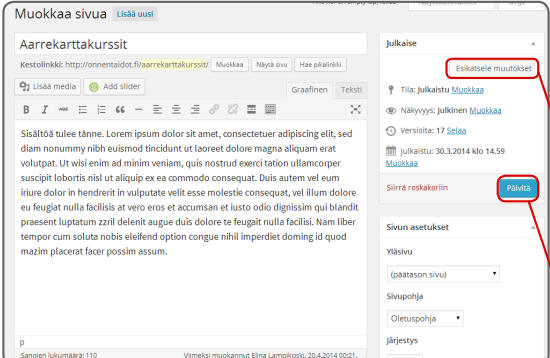
WordPressistä kirjaudutaan ulos viemällä hiiri selainikkunan oikeaan yläkulmaan "Moi Oma Nimi"-kohtaan. Avautuvasta valikosta valitaan "Kirjaudu ulos".

Sivujen muokkaaminen

- 

Löydät muokattavat sivut WordPressin sivuvalikosta selainikkunan vasemmalta reunalta. Voit klikata suoraan "Sivut"-linkkiä tai viedä hiiren sen päälle ja klikata avautuvasta valikosta "Kaikki sivut".
- 

Pääset muokkaamaan haluaamasi sivua viemällä hiiren sen nimen päälle ja klikkaamalla ilmestyvää "Muokkaa"-linkkiä.

Tästä samasta valikosta voit myös poistaa sivuja "Roskakori"-linkin kautta.
- 

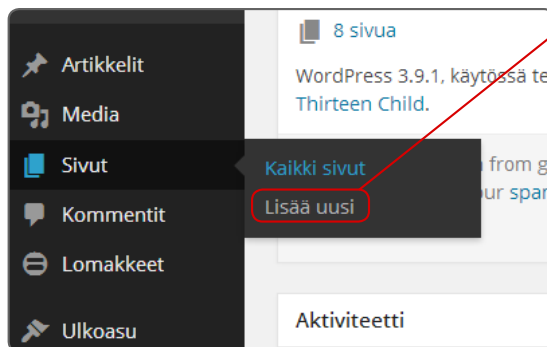
Sivuston muokkaaminen tapahtuu samoin kuin tekstinkäsittelyohjelmassa. Ylimmässä sarakkeessa on sivun otsikko ja alemmassa muuttoksisältö.

Ennen tallennusta kannattaa esikatsella muutokset. Mikäli et halua tallentaa muutoksia, voit klikata mitä tahansa linkkiä WordPressin sivuvalikosta. Poistuminen muokkaamissivulta palauttaa kaiken ennalleen.

Jos lopputulos näyttää hyvältä, voidaan klikata "Päivitä"-nappulaa. Tämä tallentaa muutokset pysyviksi.

Uuden sivun lisääminen

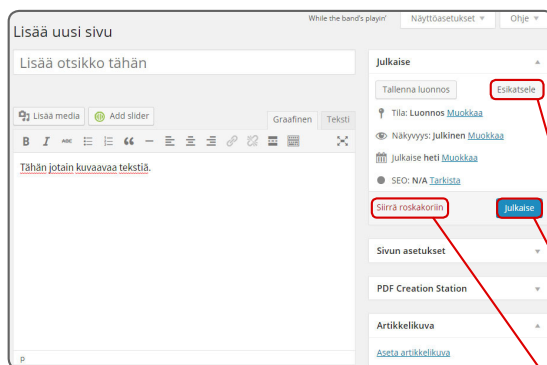
1.



Uuden sivun voi luoda Wordpressin sivuvalikosta selainikkunan vasemmalta reunalta. Klikkaa "Lisää uusi"-linkkiä.

Uudet sivut rakentuvat automaattisesti samantyyppisiksi kuin palveluiden omat sivut. Siksi tämä toiminto on tarkoitettu vain uuden palvelusivun luomiseen.

2.



Uusi sivupohja aukeaa tällaisena. Riittää, että kirjoitat otsikkokenttään otsikon ja tekstikenttään haluamasi tekstin. Lisäksi sinun tulee valita sivulle oma artikkelikuva, jotta teksti asettuu nätisti verkkosivuilla. Artikkelikuvan asettamiseen saat apua seuraavalta sivulta.

Muokkaamisen jälkeen kannattaa esikatsella uusi sivu.

Jos lopputulos näyttää hyvältä, voidaan klikata "Julkaise"-nappulaa. Tämä tallentaa muutokset pysyviksi ja julkaisee sivun sellaisenaan verkossa.

Jos kaikki ei ollut kohdillaan, voit yrittää korjata muutokset tai siirtää aloittamasi sivun roskiin ja aloittaa alusta.

Uusi sivu ei automaattisesti ilmesty verkkosivujesi päävalikkoon vaan se pitää sinne lisätä. Katso kohta "Valikon päivitys". "Muita palveluitani"-laatikkoon se ilmestyy automaattisesti.

"Kysy lisää"- ja "PDF-versio"-nappulat rakentuvat automaattisesti sivun alareunaan.

Artikkelikuvien vaihtaminen

1.

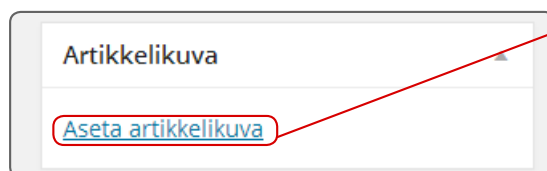


Artikkelikuva vaihdetaan sivujen muokkauksen kautta. Uusi kuva tallentuu vasta, kun päivität muokkaasi sivun. Esikatsele muutokset ennen tallentamista!

Sivun muokkaus-tilan oikeassa reunassa on kohta "Artikkelikuva". Mikäli artikkelilla on kuva jo olemassa, se pitää poistaa ennen uuden kuvan asettamista.

Kuva poistetaan klikkaamalla "Poista artikkelikuva".

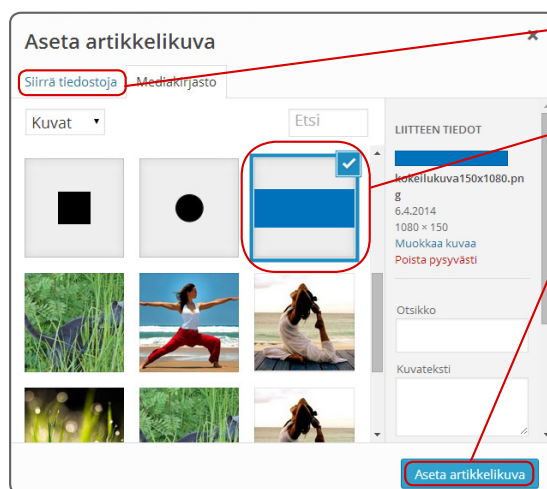
2.



Seuraavaksi klikataan "Aseta artikkelikuva".

Artikkelikuva on mittasuhteiltaan 250px korkea ja 972px leveä. Sivupohja pakottaa kuvat 972px leveyteen.

3.

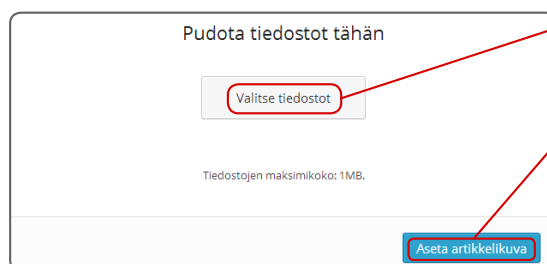


Jos kuvaa ei ole vielä tuotu mediakirjastoon, sinun pitää siirtää se sinne klikkaamalla "Siirrä tiedostoja"-välilehteä. Katso alempi kuva.

Jos haluamasi artikkelikuva on olemassa mediakirjastossa, voit klikata kuvaa valitaksesi sen.

Sitten voit klikata "Aseta artikkelikuva".

4.

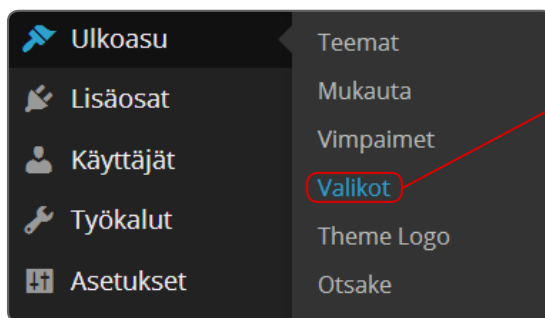


Kuvatiedoston voi manuaalisesti valita "Valitse tiedostot"-linkin kautta tai voit vain raahata sen "Pudota tiedostot tähän"-alueelle.

Sitten voit klikata "Aseta artikkelikuva"-napulaa.

Valikon päivitys

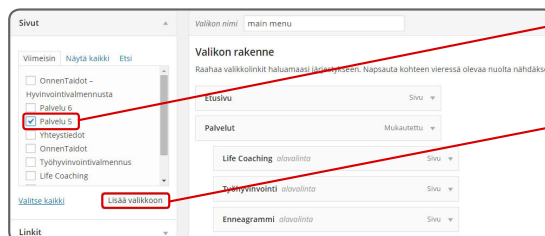
1.



Jos lisäät uusia palvelu-sivuja sivustollesi, pitää sinun myös lisätä ne valikkoon itse.

Valikon hallintaan pääset WordPressin ohjauspaneelin "Ulkoasu"-kohdan alavalikosta, jossa lukee "Valikot".

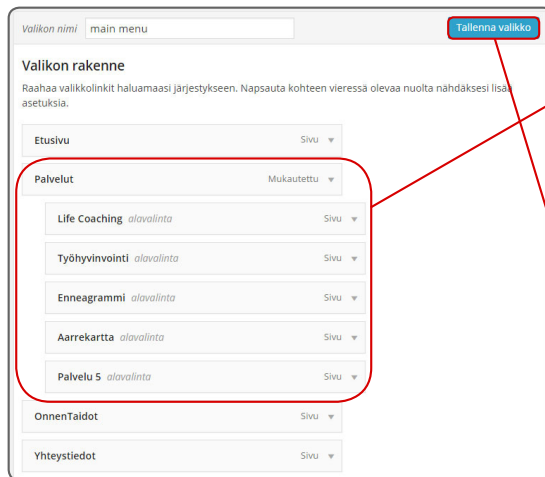
2.



Lisättävät sivut valitaan vasemmalla olevasta listasta. Kuvassa lisättäväksi sivuksi on klikattu "Palvelu 5".

Klikkaa sitten "Lisää valikkoon".

3.



Lisättävät sivut ilmestyvät "Valikon rakenne"-alueelle.



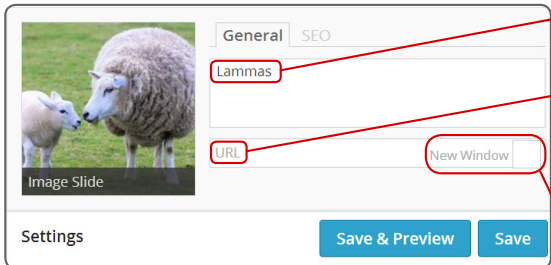
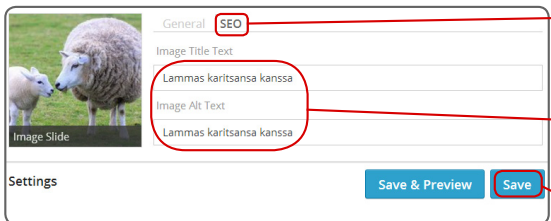
Raahaa lisäämäsi sivut "Palvelut"-laatikon alapuolelle. Tarkista, että raahaamasi laatikko siirtyy sisemmäksi kuin "Palvelut"-laatikko, mutta on linjassa muiden palveluita edustavien laatikoiden kanssa (kuten Life Coaching, Työhyvinvointi, yms.).

Muutokset tulevat pysyviksi klikkaamalla "Tallenna valikko".

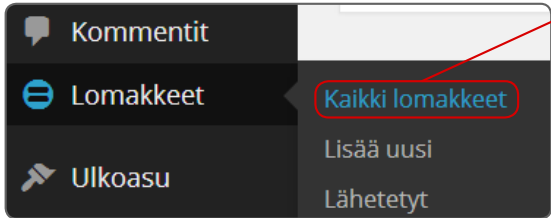
Kuvakaruselli


Etusivun kuvakaruselliin kannattaa valita vaakakuvia, sillä kuva keskittyy karusellissa, jolloin reuna-alueet saatavat leikkaantua pois. Kuvien pitää olla tarpeeksi suuria, jottei niistä tule verkkosivuilla suttuisia.

Karusellin kuvien mitat ovat 425 pikseliä korkeutta ja 972 pikseliä leveyttä.

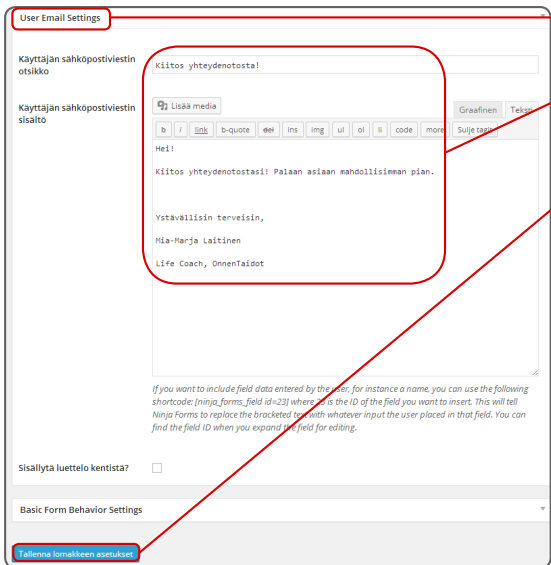
1.  Etusivun kuvakarusellia pääsee muokkaamaan klikkaamalla "Meta Slider" WordPressin ohjauspaneelin valikosta.
2.  Karuselliin saa uuden kuvan "Add Slide"-napulalla. Avautuvan mediakirjaston kautta voi lisätä uuden kuvan.
3.  Tähän tekstikenttään kirjoitettu teksti näkyy verkkosivuilla karusellikuvan päällä.
Karusellikuvasta saa linkin lisäämällä URL-osoitteen tähän kenttään. Näin kuvaa klikkaamalla pääsee haluaamaasi osoitteeseen - esimerkiksi jollekin palvelusivullesi.
"New Window"-laatikkoa klikkaamalla karusellikuvan linkki aukeaa uuteen välilehteen.
4.  Klikkaamalla "SEO"-välilehteä voit lisätä kuvalle hakukoneoptimoinnin kannalta tärkeää sisältökuvausta.
Näihin kenttien teksti näkyy verkkosivuilla vain, kun hiiri viedään karusellikuvan päälle.
Kun kaikki muutokset on tehty, voit tallentaa klikkaamalla "Save".

Yhteydenottolomake

- 

Yhteydenottolomakkeen asetuksiin pääsee ohjauspaneelista viemällä hiiren kohtaan "Lomakkeet" ja valitsemalla ilmestyvästä alavalikosta "Kaikki lomakkeet".
- 

Vie hiiri yhteydenotto-lomakkeen nimen päälle ja klikkaa "muokkaa".


Halutessasi pääset tästä katsomaan sivujesi kautta lähetettyjä yhteydenottopyyntöjä klikkaamalla "Näytä lähetetyt lomakkeet".
- 

Rullaa avautuvalla sivulla hieman alaspäin, kunnes saatut kohtaan "User Email Settings".

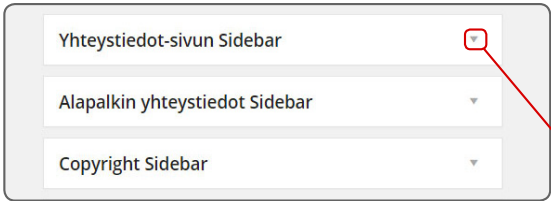
Tästä hallinnoidaan tervehdysviestin sisältöä. Tervehdysviesti lähetetään automaattisesti yhteydenottajan sähköpostiosoitteeseen.

Muutokset tallennetaan sivun alaosassa sijaitsevalla "Tallenna lomakkeen asetukset" -napulalla.

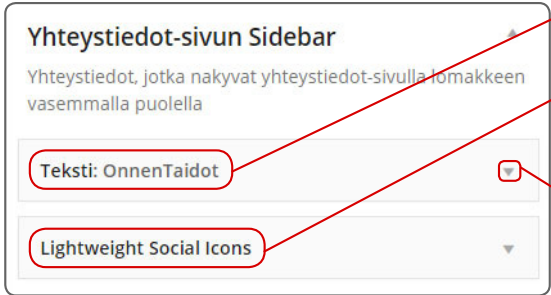
Yhteystiedot-sivun tekstit ja sosiaalisen median linkit

- 

Yhteystiedot-sivun teksti ja sosiaalisen median linkit on rakennettu vimpaimiksi kutsutuilla pienohjelmilla.

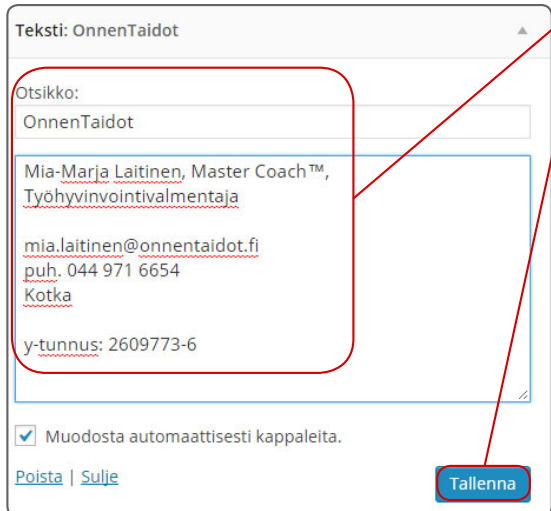
Pääset vimpaimiin ohjauspaneelin kautta viemällä hiiren "Ulkoasu"-linkin päälle ja valitsemalla ilmestyvästä alavalikosta "Vimpaimet".
- 

Vimpainten hallinta-alue löytyy vimpain-sivun oikeasta yläosasta. Näistä "Yhteystiedot-sivun Sidebar" hallinnoi Yhteystiedot-sivulla olevaa tekstiä ja sosiaalisen median linkkejä.

Klikkaa tämän palkin pientä nuolta avataksesi sen.
- 

"Teksti:OnnenTaidot"-laatikon kautta päästään muokkaamaan Yhteystiedot-sivun tekstiä.

"Lightweight Social Icons"-laatikon kautta hallinnoidaan Yhteystiedot-sivun sosiaalisen median linkkejä.

Muokattava alue avataan aina klikkaamalla kyseisen laatikon pikkunuolta.
- 

"Teksti: OnnenTaidot"-laatikon avaamalla pääset muokkaamaan tekstikenttien sisältöä.

Kun halutut muutokset on tehty, voidaan tallentaa. Muutokset tulevat näkyviin verkkosivuille välittömästi.

5.

Lightweight Social Icons

Otsikko:

18 px Icon Size 20 px Border Radius

Valitse väri Valitse väri

Background Color Text Color

Facebook http://

Twitter http://

WordPress http://

Poista | Sulje Tallenna

Kun avaat "Lightweight Social Icons"-laatikon, eteen tulee aluksi paljon asetus-nappuloita. Näihin ei kuitenkaan kannata koskea, sillä ne on säädetty valmiiksi kohdillensa.

Pääset lisäämään ja tarvittaessa myös poistamaan sosiaalisen median linkkejä rullaamalla hiirellä alaspäin kunnes näet alueen, jossa on listattu sosiaalisen median palveluita.

Some-linkki lisätään sivuille valitsemalla se alasvetovalikosta. Viereiseen kenttään kirjoitetaan www-osoite, josta some-sivu löytyy. Ilman www-osoitetta linkki ei näy sivuilla. Osoitteen poistaminen on helpoin tapa poistaa linkki sivuilta. Tyhjät rivit keskellä listaa eivät haittaa, sivustolle ei tule tyhjää kohtaa niistä.

"WordPress"-kohta on tarkoitettu linkin luomiseksi blogiin.

Kun muutokset on tehty, voidaan tallentaa. Muutokset tulevat näkyviin verkkosivuille välittömästi.

Alapalkin tekstit ja sosiaalisen median linkit

1.

Toinen muokattava vimpainalue on "Alapalkin yhteystiedot Sidebar". Sen kautta hallinnoidaan alapalkin tekstejä ja sosiaalisen median linkkejä.

2.

Kaksi ensimmäistä laatikkoa ovat tavallisia teksti-laatikoita. Tekstisisältöä pääsee muokkaamaan klikkaamalla pientä nuolta laatikon reunassa.

"Lightweight Social Icons"-laatikon kautta pääsee hallinnoimaan alapalkissa näkyviä sosiaalisen median linkkejä.

"Enhanced Text: Tykkään-nappulan koodilla"-laatikko luo Tykkään-nappulan alapalkkiin. **Tämän laatikon sisältöä ei saa muokata!**

3.

Tekstilaatikoiden sisältöä pääsee muokkaamaan avaamalla "Teksti"-laatikon pienestä nuolesta.

Kun halutut muutokset on tehty, voidaan tallentaa. Muutokset tulevat välittömästi näkyviin verkkosivuille.

4.

Lightweight Social Icons

Otsikko:

18 px Icon Size 20 px Border Radius

Valitse väri Valitse väri

Background Color Text Color

Facebook http://

Twitter http://

WordPress http://

Poista | Sulje Tallenna

Kun avaat "Lightweight Social Icons"-laatikon, eteen tulee aluksi paljon asetus-nappuloita. Näihin ei kuitenkaan kannata koskea, sillä ne on säädetty valmiiksi kohdillensa.

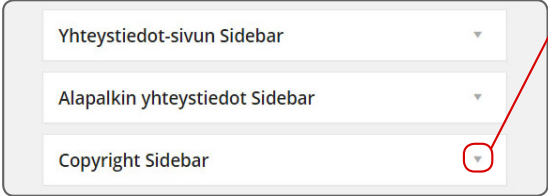
Pääset lisäämään ja tarvittaessa myös poistamaan sosiaalisen median linkkejä rullaamalla hiirellä alaspäin kunnes näet alueen, jossa on listattu sosiaalisen median palveluita.


Some-linkki lisätään sivuille valitsemalla se alasvetovalikosta. Viereiseen kenttään kirjoitetaan www-osoite, josta some-sivu löytyy. Ilman www-osoitetta linkki ei näy sivuilla. Osoitteen poistaminen on helpoin tapa poistaa linkki sivuilta. Tyhjät rivit keskellä listaa eivät haittaa, sivustolle ei tule tyhjää kohtaa niistä.

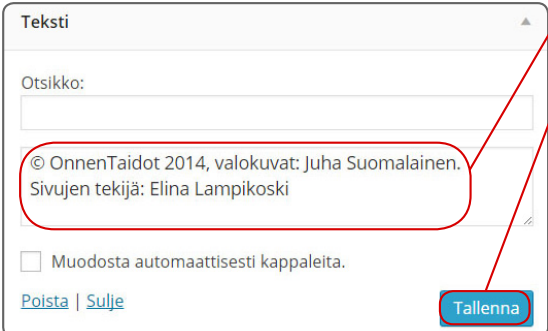
"WordPress"-kohta on tarkoitettu linkin luomiseksi blogiin.

Kun muutokset on tehty, voidaan tallentaa. Muutokset tulevat näkyviin verkkosivuille välittömästi.

Copyright-teksti sivuston alalaidassa

- 

1. Copyright-tietoja sivuston alalaidassa voidaan hallinnoida "Copyright Sidebar"-laatikon kautta. Laatikko aukeaa klikkaamalla pienestä nuolesta.
- 

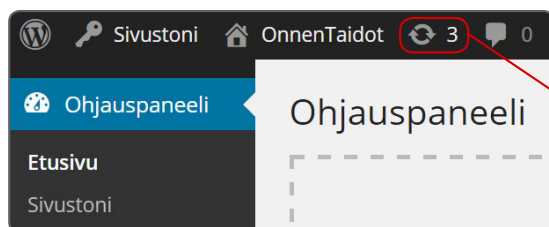
2. Tekstisisältöä pääsee muokkaamaan klikkaamalla pientä nuolta "Teksti"-laatikon reunassa.
- 

3. "Teksti"-laatikon avaamalla pääset muokkaamaan tekstikentän sisältöä.

Kun halutut muutokset on tehty, voidaan tallentaa. Muutokset tulevat näkyviin verkkosivuille välittömästi.

WordPressin päivitys

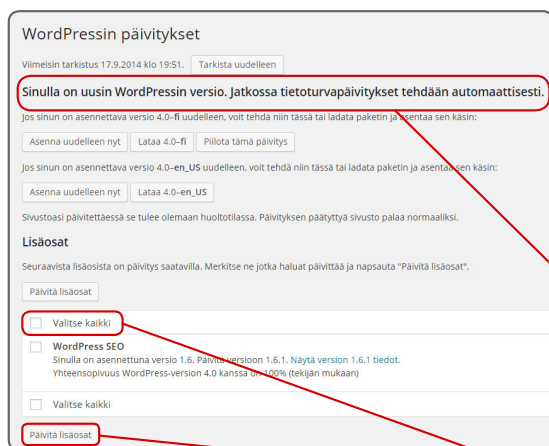
1.



WordPress itsekin tarvitsee joskus päivitystä, jotta sivustosi tietoturva pysyisi ajantasalla.

Kun päivityksiä on saatavilla, ohjauspaneeliin ilmestyy siitä kertova kuvake. Klikkaa kuvaketta ja pääset päivitys-sivulle.

2.



WordPressin päivityssivu näyttää tältä. WordPress-järjestelmän lisäksi päivitettäviä asioita ovat sivuston teemat ja lisäosat.

Päivitykset eivät yleensä kestä kauaa ja niitä tulee muutamia kuukaudessa riippuen verkkosivujesi rakenteesta. Päivitys tapahtuu klikkaamalla päivitettävän osion "Päivitä"-nappia. WordPress hoitaa lopun itse.

WordPress-järjestelmän päivityksestä muistutellaan päivitys-sivun yläosassa. Esimerkikkuvassa päivitys on ajantasalla, tieto tästä lukee sivun yläosassa.

Lisäosien ja teemojen päivityksen ilmestyvät taulukoihin päivitys-sivun keskiosaan.

Lisäosa- ja/tai teema-tilukosta voit klikata "Valitse kaikki"-ruutua ja sen jälkeen "Päivitä lisäosat" tai "Päivitä teemat".

Päivityksiä ei kannata jättää väliin moniksi kuukausiksi, sillä myöhemmin niiden tekeminen voi vaikeutua!

Katastrofin sattuessa (eli jos sivusto kaatuu)



Sivuston totaalinen kaatuminen tämän ohjeiston mukaisten päivitysten vuoksi on todella epätodennäköistä. Pienempiä toimintaongelmia voi joskus tulla ja ne ovat yleensä helposti korjattavissa. Ongelmat eivät myöskään aina johdu WordPressistä tai sen päivityksistä. Päinvastoin - päivitykset voivat ehkäistä ongelmia.

Jos koko sivusto kuitenkin lakkaa toimimasta eikä päästä enää WordPressin ohjauspaneeliinkaan, pitää WordPress sivustoinesi asentaa uudelleen kokonaan ja siihen tarvitaan web-koodauksesta tai WordPress-asennuksesta tietävä henkilö avuksi.

Uudelleenasennuksen varalta sivustostasi otetaan varmuuskopio, jotta mitään tietoja ei menetä. Pidä varmuuskopio hyvässä tallessa! Kannattaa myös ottaa esimerkiksi Word-tiedostona kopiot viimeisimmistä sisältöteksteistä, joita olet sivuille si tehnyt. Tällaiset tiedot saattavat uudelleenasennuksen myötä kadota.





Graafinen ohjeisto

Elina Lampikoski,
Medianomi-opiskelija,
Syksy 2014



Sisällysluettelo

OnnenTaidot graafinen ilme	3
Logomallit	4
Logon värivariaatiot	5
Logon käyttö	6
Logon suoja-alue ja koko	7
Värit	8
Typografia	9
Kuvamaailma	10
Verkkosivut	11
Mobiilisivut	12

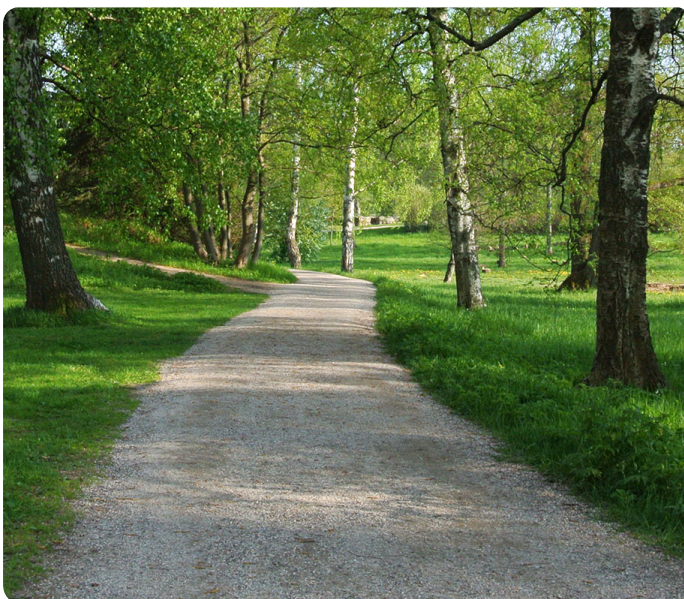
OnnenTaidot graafinen ilme

OnnenTaidot-yrityksen graafinen ilme on selkeä, kevyt, lämminhenkinen ja valoisa. Potentiaalisille ja vanhoille asiakkaille välittyy kuva nykyaikaisesta yrityksestä, jossa asiat hoidetaan ammattitaitoisesti ja ihmisläheisesti. Monipuolinen palvelutarjonta soveltuu niin yksityishenkilöille kuin yrityksillekin.

Tämän graafisen ohjeiston tarkoitus on auttaa OnnenTaitoja pitämään yrityksen graafinen ilme yhtenäisenä. Ohjeisto sisältää ohjeet yritysilmeen elementtien oikeaan käyttöön sekä sähköisessä että painetussa viestinnässä.

Graafinen ohjeisto rajoittuu OnnenTaitojen tunnuksiin, väreihin, typografiaan, kuvamaailmaan sekä verkkosivustoon. Tuotteissa ja palveluissa, jotka jäävät tämän ohjeiston ulkopuolelle, yritys voi käyttää tunnuksiaan oman harkintansa mukaisesti - kuitenkin kunnioittaen graafista ohjeistoa.

Valokuva: Juha Suomalainen



3

Logomallit

OnnenTaidot-logo on yksinkertainen, mutta mieleenpainuva. Se on sovellettavissa eri käyttötarkoituksiin selkeälinjaisuutensa vuoksi helposti. Ruori-teema kuvaa mahdollisuutta hallita oman elämänsä suuntaa. Se viittaa myös yrityksen merelliseen kotikaupunkiin, Kotkaan.

Logossa on käytetty fontteina Century Gothicia ja Caviar Dreamsia, sillä näiden pyöreälinjainen muotokieli sopii hyvin yhteen ruori-kuvion kanssa.

Logosta on sekä pysty- että vaakaversio. Pystyversio on logon virallinen ja ensisijainen muoto. Sitä voidaan käyttää OnnenTaitojen verkkosivuilla, kirjeissä sekä mainonnassa. Tähän logoon ei yhdistetä sloganit.

Vaakaversiota käytetään silloin, kun logo on sijoitettava vaakasuoralle alueelle. Tällainen tilanne voi olla esimerkiksi mainoskynässä tai käyntikortissa. Vaakaversioon voidaan yhdistää slogan.

Pystyversio



Vaakaversio



Vaakaversio sloganilla



4

Logon väri variaatiot

Logosta on kolme eri väri variaatiota, joiden käyttö riippuu logon taustan väristä sekä väritulostusmahdollisuuksista.

Valkoisella tai hyvin vaalealla pohjalla käytetään logon alkuperäistä kaksiväri versiota.

Väriillisellä pohjalla käytetään logon valkoista versiota. Taustaväriksi suositellaan samaa vaaleanvihreää kuin logon kaksiväri versiossakin, jotta yrityksen tunnusvärit tulevat esille.

Jos väritulostus ei ole mahdollista, käytetään logosta mustaa versiota. Näin logo pysyy selkeänä ja helposti luettavana valkoista paperia vasten.



Logon käyttö

Logon käytössä on huomioitava yhtenevä tyyli, jotta se tulee hyvin esille ja on helposti tunnistettavissa. Siksi seuraavia muutoksia kannattaa välttää:

1. Omat väri variaatiot eivät ole sallittuja.
2. Logon taustan tulee olla yksivärinen.
3. Logoa ei saa venyttää pois muodostaan.
4. Logosta ei saa leikata pois osia.
5. Logoon ei saa tehdä varjostuksia.
6. Logoa ei saa kääntää vinoon muuhun sisältöön nähden.
7. Logon elementtien paikkoja ei saa muuttaa.
8. Logon elementtejä ei saa korvata muilla elementeillä.



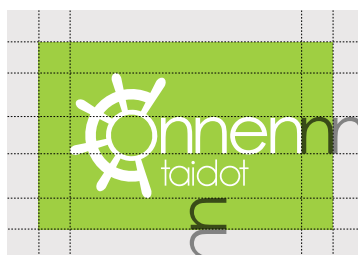
Logon suoja-alue ja koko

Logon suoja-alue mitataan logon n-kirjaimen perusteella sekä sivusuunnassa että pystysuunnassa. Suoja-alueelle ei saa sijoittaa mitään elementtejä. Kuvassa suoja-alue on kuvattu harmaana.

Kun logo on värillisellä taustalla, suoja-alue tulee myös värialueen ympärille.

Logon pystyversion pienin sallittu käyttökoko on 6 mm x 11 mm.

Logon vaakaversioiden pienin sallittu käyttökoko on sloganin kanssa 6 mm x 19,4 mm ja 4 mm x 12,9 mm ilman sloganita.



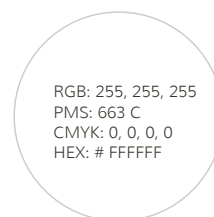
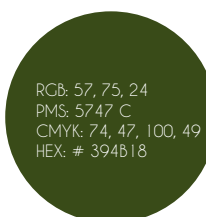
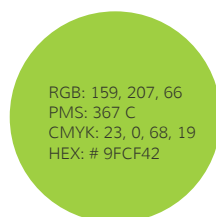
Värit

Yritysilmeen värimaailma perustuu keväisiin vihreän sävyihin sekä puhtaaseen valkaiseen.

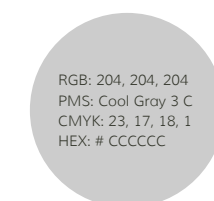
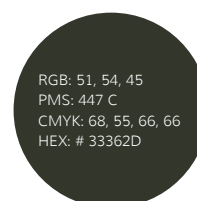
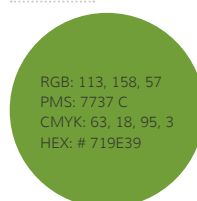
Alleiviivauksissa käytetään vaaleaa harmaaa sävyä rauhoittamaan muutoin vihreää teemaa.

Päävärit ovat nimensä mukaisesti pääasialliset käyttövärit esimerkiksi käyntikorteissa ja muissa markkinointimateriaaleissa. Tukivärien rooli on tuoda erottuvuutta muun muassa linkeille OnnenTaitojen verkkosivuilla.

Päävärit



Tukivärit



Typografia

Otsikoissa käytetään fonttina kevyttä ja pyöreälinjaista Caviar Dreamsia. Caviar Dreams on käytössä myös linkkien fonttina OnnenTaidot-verkkosivuilla.

Leipätekstissä käytetään fonttia Muli. Muli on selkeä ja helppolukuinen fontti, joten se sopii hyvin verkkosivuille. Ensimmäisessä käytetään Mulin light-vahvuutta.

Otsikkofontin pistekoko on aina kaksinkertainen suhteessa leipätekstifontiin. Esimerkiksi leipätekstin pistekoon ollessa 11 pt, otsikon tulee olla pistekokoa 22 pt.

Otsikkona Caviar Dreams regular 22 pt

Leipäteksti Muli light 11pt. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adi elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci.

Leipäteksti Muli light italic 11pt. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adi elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci.

Leipäteksti Muli regular 11pt. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adi elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci.

Caviar Dreams

Aa ABCDEFG
abcdeFG
1234567

Muli

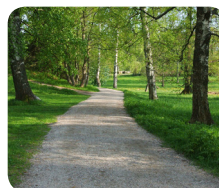
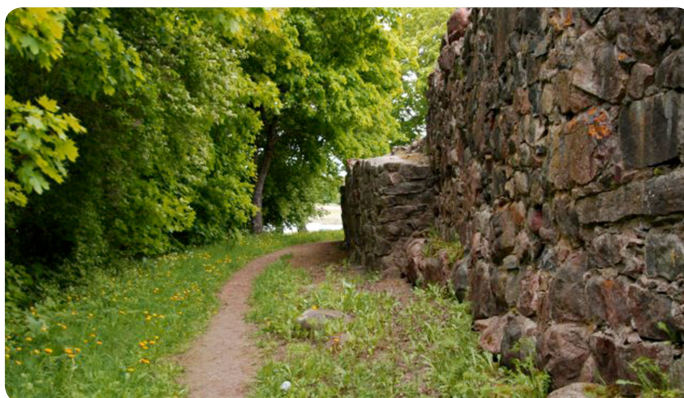
Aa ABCDEFG
abcdeFG
1234567

Kuvamaailma

OnnenTaitojen kuvamaailma perustuu luonnonläheisiin, rauhoittaviin kuviin. Meri- ja metsämaisemat ovat vahvasti läsnä, sillä monille meistä ne ovat rauhoittumisen ja rentoutumisen paikkoja.

Kuvien värimaailmaa hallitsevat vihreän, ruskean ja sinisen sävyt, sillä nämä värit ovat sopusoinnussa OnnenTaitojen vihreän teeman kanssa. Näin sekä kuvat että OnnenTaitojen muu ilme tukevat toisiaan luoden asiakkaalle tunteen harmoniasta ja selkeydestä.

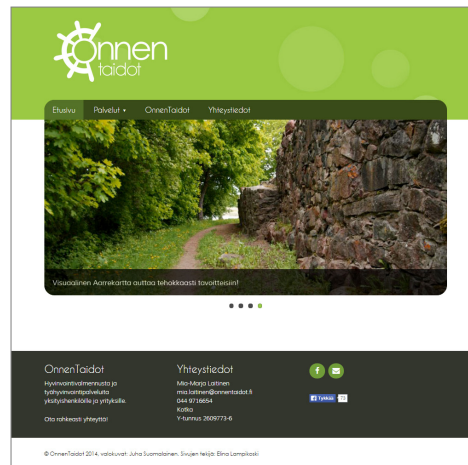
Valokuvat on ottanut Juha Suomalainen.



Verkkosivut

OnnenTaidot-verkkosivujen ulkoasu tietokoneella katsottuna.

Isompana kuvana etusivu ja pienemmät kuvat kahdesta eri alaosan rakenteesta.



Mobiilisivut

OnnenTaidot-verkkosivujen ulkoasu mobiililaitteella katsottuna.

Isompana kuvana etusivu ja pienemmät kuvat kahdesta eri alaosan rakenteesta.

